

ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

สารนิพนธ์
ของ
นางสาวชนานุช วิชิตะกุล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา
มีนาคม 2546
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๑๑๐.๖๖

๑๑๑.๑๑

๑๑๒

ความเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

บทคัดย่อ

ของ

นางสาวชนานุช วิชิตะกุล

๑

๑๗ เม.ย. ๒๕๔๖

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา

มีนาคม ๒๕๔๖

๑๑๑๑๑๑

ชนานุช วิชิตะกุล. (2546). ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ ดร.อารี พันธุ์มณี.

การวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านการให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ทั้ง 4 ด้าน จำแนกตาม เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า และประเภทที่ใช้บริการ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 400 คน โดยการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test Independent) และการใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One way Analysis of variance)

ผลการวิจัยพบว่า

1. ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ว่าจะมีความเหมาะสมโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก
2. ลูกค้าที่มีเพศ อาชีพ ระดับการศึกษาต่างกัน และระยะเวลาที่เป็นลูกค้า ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
3. ลูกค้าที่ประเภทการให้บริการต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและด้านพนักงาน มีความเหมาะสมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการให้บริการ มีความเหมาะสมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

**OPINIONS OF CUSTOMERS TOWARDS THE SERVICE OF KRUNG THAI BANK
PUBLIC COMPANY, LIMITED , CHA - AM BRANCH. PETCHABURI**

AN ABSTRACT

BY

MISS. CHANANUCH VICHITAKULA

**Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Education degree in Business Education
at Srinakharinwirot University**

March 2003

Chananuch Vichitakula. (2003). *Opinions of Customers Towards The Service of Krung Thai Bank Public Company, limited Cha – Am Branch, Petchaburi*. Master Project, M.Ed. (Business Education) Bangkok : Graduate School. Srinakharinwirot University.
Advisor Committee : Assoc. Prof. Dr. Aree Punmanee.

The purpose of this study was to study opinions of customers towards The Service of Krung Thai Bank Public Company, Limited Cha – Am Branch Petchaburi. Bulding Office, Staffs, Services, and Public Relations. The comparisions were based on 4 aspects. sex, occupation, education, length of customer's status and type of service.

The sample were 400 customers which were selected from population of the above Krung Thai Bank's customers by convenience sampling.

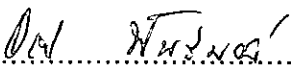
The instrument used to collect data was a rating scale questionnaire which had 40 items Statistics applied in the study were percentage, mean standard deviation. One way Analysis of variance and t – test were used to examine the data for significant differences.

The study findings were as follows :

1. The opinions of customers were high suitable level in overall and each aspect.
2. There was no statistical significant difference in overall and each aspect for opinions of customers with different sex, occupation, education and length of customer's status.
3. There was statistical significant difference in overall and the aspect of staffs at level .05 and .01 for the aspect of service for the opinions of the customers with different type of service.

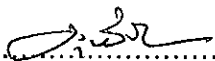
อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
การศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

..........

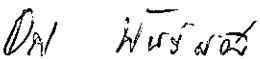
(รองศาสตราจารย์ ดร.อารี พันธุ์มณี)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

..........

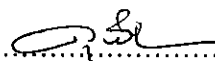
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิ้มไทย)

คณะกรรมการสอบ

..........

(รองศาสตราจารย์ ดร.อารี พันธุ์มณี)

ประธาน

..........

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิ้มไทย)

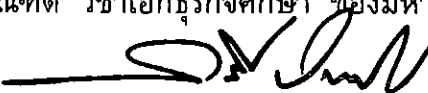
กรรมการ

..........

(อาจารย์ ผจงศักดิ์ หมวดสง)

กรรมการ

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..........

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กวี วรกวิน)

คณบดีคณะสังคมศาสตร์

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. 2546

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ ดร.อารี พันธุ์ณี อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพรีร์ ลิ้มไทย และอาจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง คณะกรรมการสอบ ที่กรุณาให้คำแนะนำที่มีคุณค่า ช่วยเหลือ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในการศึกษาค้นคว้าอย่างดียิ่ง นับตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพรีร์ ลิ้มไทย รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตนะ และอาจารย์ภัทรา เรืองสินภิญญา ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือ

ขอขอบพระคุณผู้จัดการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ ซึ่งได้กรุณาให้ผู้วิจัยทำงานวิจัยในครั้งนี และขอขอบพระคุณผู้จัดการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่ายาง ที่ให้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลของกลุ่มทดลอง เพื่อพัฒนาเครื่องมือวิจัย

ขอขอบคุณลูกค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง และลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่ายาง ซึ่งเป็นกลุ่มทดลองใช้เครื่องมือ ที่ได้ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลในการวิจัยในครั้งนีเป็นอย่างดียิ่ง

คุณประโยชน์และความดีอันพึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้กับบิดามารดาที่ได้รับอบรม สั่งสอน ปลูกฝังคุณความดี และความมานะ อดทน ตลอดจนครู – อาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้อันเป็นพื้นฐานสำคัญในการประสบความสำเร็จทางการศึกษา

ชنانุช วิชิตะกุล

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า.....	2
ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า.....	2
ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า.....	3
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	3
ตัวแปรที่ศึกษา.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
กรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า.....	6
สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
เอกสารธุรกิจบริการประเภทต่างๆของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)...	7
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับด้านความคิดเห็น.....	9
เอกสารที่เกี่ยวกับการให้บริการ.....	13
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านผลการศึกษาวิจัยที่แล้วมา.....	25
3 วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	32
การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	32
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	32
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ.....	33
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	34
การจัดกระทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	53
ความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า.....	53
ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า.....	53
สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า.....	53
ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า.....	54
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	54
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	55
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	56
อภิปรายผล.....	59
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	63
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	64
บรรณานุกรม.....	65
ภาคผนวก.....	70
ภาคผนวก ก.....	71
ภาคผนวก ข.....	74
ภาคผนวก ค.....	79
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	85

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	จำนวนและคำร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อาชีพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า และประเภทที่ใช้บริการ.....	39
2	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการ ให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน.....	41
3	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการ ให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ด้านอาคารสถานที่ โดยรวมและรายข้อ.....	42
4	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการ ให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ด้านพนักงาน โดยรวมและรายข้อ.....	43
5	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการ ให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ด้านการให้บริการ โดยรวมและรายข้อ.....	44
6	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการ ให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยรวมและรายข้อ.....	45
7	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตาม เพศ โดย รวมและรายด้าน.....	46
8	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตาม อาชีพ โดย รวมและรายด้าน.....	47
9	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตาม ระดับการ ศึกษา โดยรวมและรายด้าน.....	48

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
10	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตาม ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าโดยรวมและรายด้าน.....	49
11	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตาม ประเภทที่ใช้บริการ โดยรวมและรายด้าน.....	50
12	รวบรวมข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านการให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์.....	51

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ธุรกิจธนาคารพาณิชย์ในช่วงที่ผ่านมามีการแข่งขันน้อยมาก เพราะเป็นธุรกิจที่มีอุปทานส่วนเกินภายหลังจากวิกฤติเศรษฐกิจในปี 2540 โฉมหน้าธนาคารพาณิชย์ไทยได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง จากธุรกิจผูกขาดของทุนคนไทย ที่มีรัฐบาลเป็นประกันและมีผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนดตลาด กลับกลายเป็นธุรกิจที่ขาดทุน และมีผู้ประกอบการชาวต่างชาติเข้ามาถือหุ้นใหญ่ ตลอดเป็นธุรกิจที่มีผู้บริโภคเป็นเจ้าตลาดที่สำคัญมีภาวะการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงกันมากขึ้น คู่แข่งของธนาคารพาณิชย์มีทั้งที่เป็นสถาบันการเงินและที่มิใช่สถาบันการเงิน รวมทั้งคู่แข่งที่เป็นธนาคารพาณิชย์ด้วยกันเอง โดยคู่แข่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนมีศักยภาพในการแข่งขัน สำหรับคู่แข่งที่เป็นธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 32 แห่ง เป็นสาขานาคารพาณิชย์ต่างประเทศ 19 แห่ง ธนาคารพาณิชย์ไทย 13 แห่ง ธนาคารพาณิชย์ทั้ง 13 แห่งนี้แบ่งเป็น 3 กลุ่มคือ กลุ่มธนาคารเอกชน ธนาคารของรัฐ และธนาคารทุนต่างชาติ ทำให้การดำเนินธนาคารพาณิชย์ต้องเปลี่ยนแปลงทั้งด้านปริมาณ ด้านคุณภาพ ด้านรูปแบบการให้บริการ

สำหรับกลยุทธ์ทางการตลาดที่คู่แข่งมักนำมาใช้ในการช่วงชิงลูกค้าให้ได้มากที่สุด โดยทั่วไปประกอบด้วย 1. การแข่งขันด้านราคา 2. การแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์ 3. การแข่งขันด้านสถานที่ 4. การส่งเสริมการขาย นอกจากนี้ธนาคารยังต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าควบคู่ไปกับกลยุทธ์ทั้ง 4 ที่กล่าวมา เพื่อผูกใจลูกค้าให้อยู่กับธนาคารตลอดไป เพราะต้นทุนในการหาลูกค้าใหม่สูงกว่าต้นทุนในการรักษาลูกค้าเก่าไว้หลายเท่า ซึ่งจะเห็นได้จากธนาคารส่วนใหญ่จะเน้นการฝึกพนักงานให้เป็นเซลล์แมน และมีศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์เพื่อขยายและรักษารฐานลูกค้าให้ได้มากที่สุด โดยกลยุทธ์ทางการตลาดนี้พัฒนาไปเรื่อยๆ โดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรในองค์กรขับเคลื่อนต่อไป (อัมพร บุรณสัมปทานนท์ รายงานเศรษฐกิจ ธนาคารกรุงไทย พฤศจิกายน 2544:57)

จากแนวคิดกลยุทธ์ทางธุรกิจของ CRM (Customer Relationship Management) มุ่งการสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้าอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง ส่งผลให้ลูกค้าตระหนักถึงความสัมพันธ์ที่ผู้ประกอบการมีให้ ผลที่ได้รับสร้างความพึงพอใจสูงสุด CRM เป็นแนวคิดด้านการตลาดเชิงรุก ซึ่งเหมาะกับการแข่งขันในโลกธุรกิจปัจจุบันและอนาคต ที่ถือเอาความต้องการของลูกค้าเป็นจุดศูนย์กลางของธุรกิจ (จุลสาร ปราสาทสังข์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด มหาชน) ปีที่ 26 ฉบับ เดือนตุลาคม 2544 :16 อ้างอิงจากวิดิทัศน์เรื่อง Customer Relationship Management โดยคุณวรตดา ภัทโรตม) จากระบบ CRM ได้กำหนด

ทิศทางการทำธุรกิจอย่างใหม่ซึ่งมุ่งเน้นไปที่ลูกค้าขององค์กรเป็นสำคัญ ซึ่งลูกค้าขององค์กรนี้ ถือได้ว่าเป็นทรัพย์สินที่สำคัญขององค์กรที่ต้องสงวนและรักษาไว้

คาร์ล แอลเบิร์ต (Karl Albrecht) (1990: 19) กล่าวไว้ว่า ความสำเร็จในการบริหาร ธุรกิจบริการในปัจจุบัน หาใช่ การบริหารองค์กรบริการอีกต่อไปแล้ว หากแต่ว่า เราต้องบริหาร ความคาดหวังของลูกค้า ที่มีต่อองค์กรที่ให้บริการนั้นต่างหาก

จะเห็นได้ว่าลูกค้าคือผู้ซื้อนำธุรกิจของธนาคารและจุดสำคัญของธุรกิจอยู่ที่การให้บริการ ดังนั้น ธนาคารต้องพร้อมในเรื่องของการให้บริการที่มีคุณภาพ เพื่อการตอบสนองความต้องการ ของลูกค้าได้ตรงจุด นำซึ่งมาความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า ซึ่งถือเป็นอาวุธทางการตลาดที่ดี ที่เดียว ที่ธนาคารมีความสามารถในการแข่งขันได้ ลดต้นทุนในการดำเนินงาน เกิดภาพพจน์ ที่ดี รักษาฐานลูกค้ารายเก่า และเพิ่มลูกค้ารายใหม่ได้

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อที่จะได้นำผลการวิจัยครั้งนี้ไป เป็นแนวทางให้ผู้จัดการสาขาและพนักงานสาขาชะอำ ได้นำมาพัฒนาบุคลากรและปรับปรุงการ ปฏิบัติงานการให้บริการ เพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการแก่ลูกค้าให้สอดคล้องกับความต้องการ ของลูกค้า เพื่อลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด และเป็นแนวทางให้ผู้จัดการสาขาและพนักงาน สาขาอื่นๆ ตลอดจนผู้บริหารของธนาคาร สำนักงานใหญ่ ใช้เป็นแนวทางในการบริหารงาน สาขาให้ประสบผลสำเร็จในธุรกิจธนาคาร สามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า ตลอดจน สามารถแข่งขันกับธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ ได้

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้าน การให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์

2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านการให้ บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามเพศ อาชีพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่เป็น ลูกค้า และประเภทที่ใช้บริการ

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพสอดคล้อง กับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

ประชากร

ประชากร ประชากรที่ทำการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ไม่สามารถระบุจำนวนได้

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตารางสุ่มของ Taro Yamane โดยให้เกิดความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 และกำหนดความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยแจกแบบสอบถาม 5 วันทำการ

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ คุณลักษณะของลูกค้า จำแนกเป็น

1.1 เพศ

1.1.1 เพศชาย

1.1.2 เพศหญิง

1.2 อาชีพ

1.2.1 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.2.2 ประกอบธุรกิจส่วนตัว

1.2.3 รับจ้าง / พนักงานบริษัท

1.3 ระดับการศึกษา

1.3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.3.2 ปริญญาตรี

1.4 ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า

1.4.1 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 ปี

1.4.2 3 – 5 ปี

1.4.3 มากกว่า 5 ปี

1.5 ประเภทที่ใช้บริการ

1.5.1 ด้านเงินฝาก

1.5.3 ด้านสินเชื่อ

2. ตัวแปรตาม เป็นความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน คือ

- 2.1 ด้านอาคารสถานที่
- 2.2 ด้านพนักงาน
- 2.3 ด้านการให้บริการ
- 2.4 ด้านการประชาสัมพันธ์

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความคิดเห็นที่มีต่อการให้บริการ หมายถึง ความคิด ความรู้สึกของลูกค้าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อการให้บริการด้านต่างๆของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1.1 ด้านอาคารสถานที่ หมายถึง ความรู้สึก นึกคิด เกี่ยวกับ ความเหมาะสมของการให้บริการ ด้านทำเลที่ตั้งของสาขา ความปลอดภัยในการเข้ามาใช้บริการ ความสะอาดเรียบร้อย การจัดตกแต่งภายใน บรรยากาศภายในอาคาร การจัดที่นั่งสำหรับการรอรับบริการ มีอย่างเพียงพอ มีป้ายบอกจุดการให้บริการอย่างชัดเจนและมีเทคโนโลยีในการบริการที่ทันสมัย

1.2 ด้านพนักงาน หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดเกี่ยวกับความเหมาะสมของบุคลิกภาพของพนักงานต่อการให้บริการต่างๆของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในการให้บริการ ได้แก่ กิริยามารยาท การมีอัธยาศัยไมตรี ความกระตือรือร้น การเอาใจใส่ดูแลลูกค้าความรู้ความสามารถในการให้บริการความสามารถในการตอบข้อซักถาม และการ แก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า ความรับผิดชอบต่อการให้บริการ ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า และการให้บริการ ลูกค้าทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน

1.3 ด้านการให้บริการ หมายถึง ความรู้สึก นึกคิดเกี่ยวกับความเหมาะสมของการให้บริการ ได้แก่ ความพร้อมในการให้บริการ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ความเต็มใจในการให้บริการ ขั้นตอนในการดำเนินการให้บริการ จำนวนพนักงานที่จัดไว้บริการลูกค้า การให้บริการตามคิวแก่ลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน การเตรียมความพร้อมในการให้บริการ เวลาเปิดและปิดทำการของธนาคาร การแจ้งระยะเวลาดำเนินการให้ลูกค้าทราบ ความสะดวกที่มารับบริการ มีอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ และเทคโนโลยีในการที่ทันสมัย

1.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความรู้สึก นึกคิดเกี่ยวกับความเหมาะสมของการให้บริการ แจ้งข่าวสารข้อมูลของธนาคารผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่ แผ่นพับ ไปสเตอร์ ป้ายผ้า บอร์ดข่าวสารของธนาคาร อย่างเหมาะสมเพียงพอ การได้รับข้อมูลที่มีความถูกต้องแม่นยำ เชื่อถือได้ การบริการตอบข้อสงสัยและปัญหาของลูกค้า โดยผ่านพนักงานโดยตรง และทางโทรศัพท์

2. ลูกค้า หมายถึง บุคคลที่เข้ามาใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ประกอบด้วย ลูกค้าเงินฝากและลูกค้าสินเชื่อ

3. ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ หมายถึง ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ตั้งอยู่เลขที่ 402 ถนนเพชรเกษม ตำบลชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

4. อาชีพ หมายถึง กลุ่มของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งแบ่งเป็น 3 อาชีพ ดังนี้ 1.ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ 2.ประกอบธุรกิจส่วนตัว 3.รับจ้าง / พนักงานบริษัท

5. ระดับการศึกษา หมายถึง การศึกษาขั้นสูงสุดของลูกค้าที่มาใช้บริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ

5.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

5.2 ปริญญาตรี

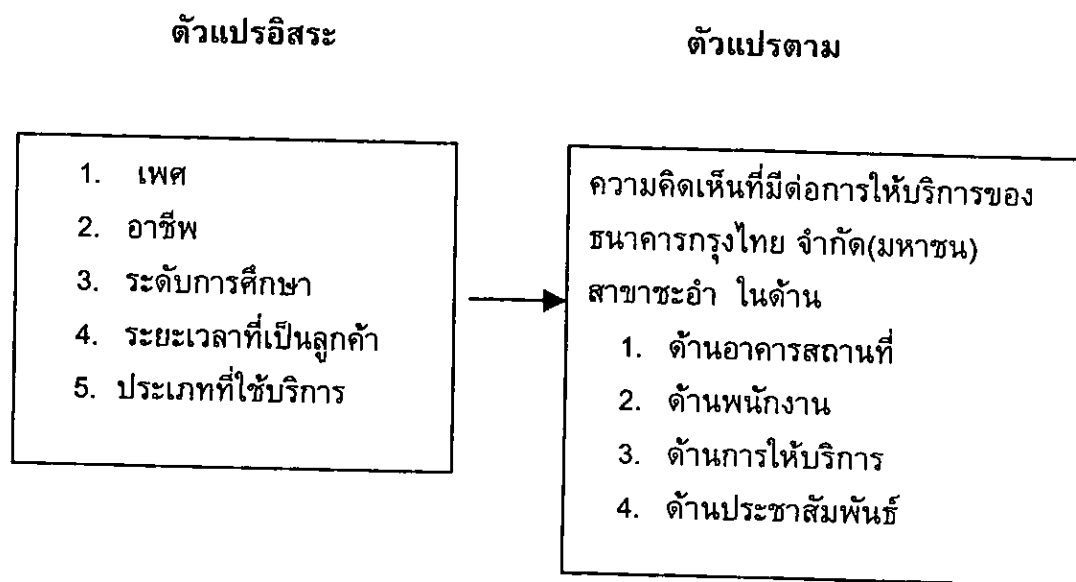
6. ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า หมายถึง ระยะเวลาที่ลูกค้ามาใช้บริการที่ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ

6.1 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 ปี

6.2 3 -5 ปี

6.3 มากกว่า 5 ปี

กรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า



สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า

1. ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกัน
2. ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกัน
3. ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกัน
4. ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่เป็นลูกค้าต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกัน
5. ลูกค้าที่ใช้บริการประเภทต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับระดับความคิดเห็นของผู้มาใช้บริการ ตลอดจนศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคต่อการมาใช้บริการ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้าใจความหมาย แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ และ ความคิดเห็น เพื่อนำไปสู่กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย และได้นำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. เอกสารธุรกิจบริการประเภทต่าง ๆ ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับด้านความคิดเห็น
3. เอกสารที่เกี่ยวกับการให้บริการ
4. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ธุรกิจบริการประเภทต่าง ๆ ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

1.1 ประวัติและความเป็นมาของธนาคารกรุงไทย

ธนาคารกรุงไทย จำกัด เริ่มเปิดดำเนินการครั้งแรกเมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2509 โดยการควบกิจการของธนาคารเกษตร จำกัด และธนาคารมณฑล จำกัด ซึ่งเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีรัฐบาลเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ทั้งคู่เข้าเป็นธนาคารเดียวกันตามนโยบายของรัฐบาล และได้ใช้ชื่อใหม่ว่า "ธนาคารกรุงไทย จำกัด" ใช้สัญลักษณ์ "นกยูงอักษร" ซึ่งเป็นเครื่องหมายของกระทรวงการคลังเป็นสัญลักษณ์ประจำของธนาคารจนถึงปัจจุบัน

สำนักงานใหญ่แห่งแรก ตั้งอยู่ที่ถนนเยาวราช และมีสาขารวม 81 แห่ง พนักงาน 1,247 คน สินทรัพย์ 4,582.1 ล้านบาท เงินฝากรวม 4,442.2 ล้านบาท และมีทุนจดทะเบียน 105 ล้านบาท

เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2530 ธนาคารกรุงไทยได้รับโอนสินทรัพย์และหนี้สินของธนาคารสยามจำกัด มาบริหารตามนโยบายของกระทรวงการคลังเนื่องจากการดำเนินธุรกิจของธนาคารสยามมีปัญหาหลายด้าน ที่ไม่สามารถแก้ไขได้ในระยะเวลาอันสั้นทำให้เป็นภาระที่รัฐจะต้องจัดการให้ความช่วยเหลือและรัฐบาลมีนโยบายประกอบธุรกิจธนาคารพาณิชย์ของรัฐแห่งเดียว

ต่อมาเมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2541 ธนาคารได้รับโอนกิจการบางส่วนโดยเฉพาะเงินฝากของธนาคารกรุงเทพ พาณิชย์การ จำกัด (มหาชน) ตามแผนฟื้นฟูระบบสถาบัน

การเงินของกระทรวงการคลังและธนาคารแห่งประเทศไทย (มาตรการ 14 สิงหาคม 2541) และกิจการทั้งหมดของธนาคารมหานคร จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2541 ซึ่งผลการรับโอนกิจการดังกล่าวทำให้ธนาคารเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีขนาดสินทรัพย์มากเป็นอันดับสองและเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีเครือข่ายมากที่สุด จำนวน 656 สาขา ประกอบด้วยสาขาในประเทศจำนวน 646 สาขา และสาขา สำนักงานในต่างประเทศจำนวน 9 สาขา (ข้อมูล ณ วันที่ 14 มีนาคม 2545)

ธนาคารได้นำหุ้นเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 26 มิถุนายน 2532 นับเป็นรัฐวิสาหกิจแห่งแรกที่นำหุ้นเข้าซื้อ-ขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยได้เริ่มเปิดการซื้อขายหุ้นของธนาคารในตลาดหลักทรัพย์ตั้งแต่วันที่ 2 สิงหาคม 2532 เป็นต้นมา และได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน เมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2537 โดยใช้ชื่อว่า ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (KRUNG THAI BANK PUBLIC COMPANY LIMITED)

วิสัยทัศน์

เป็นสถาบันการเงินชั้นนำในประเทศ ที่ได้รับความเชื่อมั่นในการให้บริการทางการเงินอย่างเต็มรูปแบบ ด้วยมาตรฐานคุณภาพที่เป็นที่พึงพอใจสูงสุดของลูกค้า เคียงคู่เศรษฐกิจไทย

พันธกิจ

สร้างบริการทางการเงินที่รวดเร็ว แม่นยำ ในราคาที่แข่งขันได้ ให้เข้าถึงประชาชนผู้สนใจ ด้วยจุดบริการและเครือข่ายทางเทคโนโลยีที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ โดยยึดหลักการบริหารจัดการที่โปร่งใส เสมอภาคและประสิทธิภาพ

1.2 ประวัติธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 27 มกราคม 2527 ตั้งอยู่เลขที่ 402 ถนนเพชรเกษม ตำบลชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

ปัจจุบันมีจำนวนพนักงานทั้งสิ้น 17 คน เปิดให้บริการตั้งแต่ 8.30 น. ถึง 15.30 น. เว้นวันหยุดราชการ

1.3 ธุรกิจประเภทต่าง ๆ ของธนาคารกรุงไทย

1.3.1 บริการเงินฝาก

รับฝาก-ถอนเงินบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน บัญชีเงินฝากออมทรัพย์ และบัญชีเงินฝากประจำ

1.3.2 บริการเงินโอน

การโอนเงินด่วนในระบบออนไลน์ การโอนเงินเพื่อบุคคลที่ 3 ผ่านระบบบาทเน็ต

1.3.3 บริการรับชำระเงิน

บริการรับชำระค่าใช้จ่ายที่เคาน์เตอร์ธนาคาร (Teller Payment) บริการหักบัญชีเงินฝากเพื่อชำระค่าใช้จ่าย (Direct Debit)

1.3.4 บริการทางอิเล็กทรอนิกส์

-บริการที่เครื่อง ATM. บริการฝาก-ถอน บริการโอนเงิน บริการโอนเงินรายย่อยระหว่างธนาคาร บริการชำระเงิน บริการสอบถามยอดเงินคงเหลือทางบัญชี และการเปลี่ยนรหัสผ่านตู้บัตร ATM. เป็นต้น

-บริการกรุงไทยเทลแบงก์ บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง

1.3.5 บริการด้านบัตร

บัตร ATM. บัตรวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ บัตรเครดิต

1.3.6 บริการทางการเงิน

บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริการด้านกองทุนของบริษัท หลักทรัพย์กรุงไทย จำกัด

1.3.7 บริการอื่นๆ

บริการตู้นิรภัย บริการออกเช็คของธนาคาร (Cashier 's Cheques) บริการออกเช็คของขวัญ (Gift Cheques) บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริการออกหนังสือรับรองฐานะการเงิน บริการบัตรสถาบัน บริการจ่ายเงินเดือนหรือเงินได้อื่นๆเข้าบัญชีพนักงาน

1.3.8 บริการด้านสินเชื่อ

สินเชื่อแบบกู้ประจำ กู้เบิกเงินบัญชี การออกหนังสือค้ำประกัน สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย สินเชื่อเคหะพูนทรัพย์ สินเชื่อกรุงไทยธนวิทย์และธนวิทย์พิเศษ สินเชื่อกรุงไทยเคหะสุขทวี สินเชื่อเคหะ สินเชื่อกรุงไทยธนวิทย์บ้านบุญ รับซื้อลดตัวเงิน การเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิตในประเทศ

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับด้านความคิดเห็น

2.1 ความหมายของความคิดเห็น

ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกของแต่ละคนในอันที่จะพิจารณาถึงข้อเท็จจริงอย่างใดอย่างหนึ่ง ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายและคำนิยามของความคิดเห็นไว้ดังนี้

พจนานุกรมทางการศึกษา (Good. 1951 : 113) ได้ให้ความหมายของความคิดเห็น หมายถึง ความเชื่อ การตัดสินใจ ความคิด ความรู้สึกประทับใจที่ไม่ได้จากการพิสูจน์ การซังน้ำหนักกว่าเป็นการถูกต้องหรือไม่

พจนานุกรมเว็บสเตอร์ (Webster 1973 : 399) ได้ให้ความหมายว่า ความคิดเห็นเป็นความเชื่อที่ไม่ได้ตั้งอยู่บนความรู้อันแท้จริงแต่ตั้งอยู่ที่ใจ ความคิดเห็นคือความคิดเห็นในบางสิ่งบางอย่างอาจเป็นจริงตามที่คิดไว้

สุชา จันทรเอม และสุรางค์ จันทรเอม (2540 : 104) กล่าวว่า เป็นการยากที่จะแยกความคิดเห็น และเจตคติ ออกจากกันได้โดยเด็ดขาด เพราะทั้งความคิดเห็นและเจตคติ มีลักษณะคล้ายกันแต่ลักษณะของความคิดเห็นจะไม่ลึกซึ้งเหมือนเจตคติ

ลาวัณย์ จักรานวัณณ์ (2540 : 9) จากการศึกษาความหมายของความคิดเห็นต่างๆ ที่กล่าวไว้แล้วนั้น สรุปได้ว่า ความคิดเห็น การแสดงความรู้สึกของแต่ละบุคคล ในอันที่จะพิจารณาถึงข้อเท็จจริงต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดด้วยการพูดการเขียน โดยอาศัยพื้นฐานความรู้ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล เป็นส่วนประกอบในการพิจารณา ซึ่งความคิดเห็นนี้อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงได้ถ้าหากมีหลักฐานข้อเท็จจริงปรากฏ

2.2 ความสำคัญของความคิดเห็น

การศึกษาความคิดเห็นเป็นการศึกษาความรู้สึกของแต่ละบุคคล กลุ่มคนที่มีต่อสิ่งหนึ่งแต่ละคนจะแสดงความเชื่อ และความรู้สึกใดๆออกมาโดยการพูด การเขียน เป็นต้น ความคิดเห็นจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารงาน การกำหนดนโยบาย แผนงานโครงการต่างๆหรือการเปลี่ยนแปลงระบบงาน รวมทั้งฝึกหัดทำงานด้วย เพราะจะทำให้แนวทางการดำเนินงานต่างๆ บรรลุวัตถุประสงค์ด้วยความเรียบร้อย

2.3 การเกิดความคิดเห็น

ความคิดเห็นเกิดจากการเรียนรู้ และประสบการณ์ของบุคคล ออลพอร์ท เสนอความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของคนเกิดขึ้นได้ตามเงื่อนไข 4 ประการคือ (ศักดิ์ สุนทรเสนี 2531 : 4)

1. กระบวนการเรียนรู้ที่ได้จากการเพิ่มพูน และบูรณาการ ของการตอบสนอง แนวความคิดต่างๆ เช่น ความคิดเห็นจากครอบครัว โรงเรียน ครู การเรียนการสอนอื่นๆ
2. ประสบการณ์ส่วนตัวขึ้นอยู่กับความแตกต่างของบุคคลซึ่งมีประสบการณ์ที่แตกต่างกันไป นอกจากประสบการณ์ของคนจะสะสมขึ้นเรื่อยๆแล้ว ยังทำให้มีรูปแบบเป็นของตัวเอง ดังนั้น ความคิดเห็นบางอย่างจึงเป็นเรื่องเฉพาะของแต่ละบุคคล แล้วแต่พัฒนาการและความเจริญเติบโตของคนๆ นั้น
3. การเลียนแบบ การถ่ายทอดความคิดเห็นของคนบางคนได้มาจากการเลียนแบบ ความคิดเห็นของคนอื่นที่ตนพอใจ เช่น พ่อแม่ ครู พี่น้อง และคนอื่นๆ
4. อิทธิพลของกลุ่มสังคม คนย่อมมีความคิดเห็นคล้อยกันตามกลุ่มสังคม ที่ตนอาศัยตามสภาพแวดล้อม เช่นความคิดเห็นต่อศาสนา สถาบันต่างๆ เป็นต้น

2.4 ทฤษฎีของ Maslow 's Hierarchy of Needs

มาสโลว์ (Maslow. 1970 : 35-46) เป็นนักจิตวิทยาที่ได้นำเสนอทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์ โดยเสนอแนวคิดที่ว่า อย่างเป็นระบบ ลำดับขั้นตอนความต้องการนี้เรียกว่า "Hierarchy of Needs" ซึ่งสามารถจัดแบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ชั้น

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ซึ่งความต้องการดังกล่าวถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการดำรงชีพอยู่ ได้แก่ ความต้องการด้านปัจจัยสี่ ดังนั้น เพื่อการดำรงชีวิตอยู่ได้ของมนุษย์ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องไฝหาสิ่งเหล่านี้มาสนองตอบความต้องการของตนเอง อยู่ตลอดเวลา หากมนุษย์ขาดสิ่งเหล่านี้ไป การตอบสนองให้กับความต้องการของร่างกายจะเป็นสิ่งที่ใช้จูงใจมนุษย์ได้

2. ความต้องการด้านความปลอดภัย (Safety Needs) จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการทางด้านร่างกายได้รับการตอบสนองแล้วมนุษย์ต้องการความปลอดภัยทั้งด้านร่างกายและจิตใจ เช่น ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ความมั่นคงในหน้าที่การงาน ความเป็นอิสระจากความกลัว เป็นอิสระจากการถูกบังคับขู่เข็ญจากผู้อื่น ซึ่งเป็นความต้องการที่จะได้รับการปกป้องคุ้มครอง ความต้องการประเภทนี้จะเริ่มขึ้นตั้งแต่วัยทารกจนกระทั่งวัยชรา

3. ความต้องการความรักและเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Social or Belonging Needs) เมื่อความต้องการในขั้นที่ 1 และ 2 ได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์จะมีความต้องการให้เป็นที่รักของผู้อื่น มีความต้องการมีความสัมพันธ์กับผู้อื่น ต้องการที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์กรต่าง ๆ และต้องการให้ตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

4. ความต้องการที่จะมีฐานะเด่นในสังคม (Esteem of Status Needs) เป็นความต้องการที่จะมีความมั่นใจในตนเองในด้านความสามารถ ต้องการให้ผู้อื่นเห็นว่าตนมีความสามารถ มีคุณค่า เป็นที่ยอมรับยกย่องจากผู้อื่น รวมถึง ความต้องการมีฐานะเด่นในสังคม เป็นที่สรรเสริญ นับหน้าถือตาของบุคคลทั่วไปในสังคม

5. ความต้องการที่จะรู้จักตนเองอย่างแท้จริง และพัฒนาตนเองได้เต็มที่ตาม ศักยภาพของตน (Self Actualisation or Self realization Needs) เป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ เป็นความต้องการที่จะรู้จักตนเองรู้สภาพที่แท้จริงของตนเอง กล้าที่จะตัดสินใจเลือกทางเดินชีวิตของตนเอง ประารถนาที่จะเป็นคนดีที่สุดเท่าที่จะมีความสามารถทำได้ เป็นกระบวนการที่มนุษย์ต้องการที่จะพัฒนาตนเองอย่างเต็มที่ตามศักยภาพของตนเอง ซึ่งเป็นกระบวนการที่ไม่มีจุดจบตลอดเวลาที่ยังมีชีวิตอยู่ ซึ่งจะเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นหลังจากที่ความต้องการทั้ง 4 ขั้นได้รับการตอบสนองแล้ว

2.5 ทฤษฎีแรงจูงใจของ McClelland

วราพรธณ สันทสันะโชค (2540 : 16) ได้เสนอทฤษฎีแรงจูงใจที่มีพื้นฐานเกี่ยวกับพลังที่มีอยู่ภายในบุคคล คือ แรงจูงใจที่ได้รับบรรลุปเป้าหมาย ซึ่ง McClelland ได้ทำการวิจัยและพบว่านักธุรกิจ นักวิทยาศาสตร์ และนักอาชีพอื่น ๆ ได้รับแรงจูงใจสูงกว่าระดับธรรมดา นักธุรกิจที่แรงจูงใจและประสบความสำเร็จ ไม่เพียงแต่ต้องการกำไรเพียงอย่างเดียว แต่มีความต้องการสูงเพื่อผลสำเร็จ แต่กำไรอาจเป็นเพียงเครื่องวัดว่าการปฏิบัติงานปฏิบัติได้ดีอย่างไร McClelland ได้แนะนำบุคคลที่มีความต้องการสูงในการที่ได้รับความสำเร็จ ต้องประกอบด้วย

ลักษณะบางประการ ที่ทำให้เขาทำงานดีกว่าในบางโอกาส และดีกว่าคนอื่น ลักษณะที่ทำให้ได้รับความสำเร็จมีดังนี้

1. เขาชอบงานที่เขาสามารถรับผิดชอบตนเอง
2. เขาตั้งเป้าหมายที่จะทำงานและเสี่ยงโดยวิธีคำนวณได้
3. เขาต้องการการตรวจสอบเกี่ยวกับความสำเร็จและความล้มเหลวของเขา
4. เขาต้องการเพื่อนร่วมงานที่มีความสามารถ

แม้ว่าจะมีความรู้สึกไม่พอใจต่อพวกเขา โดยลักษณะดังกล่าวนี้จะเห็นว่า ถ้าหากบุคคลไม่มีความรับผิดชอบด้วยตนเองแล้ว จะได้รับความพอใจน้อยต่อการได้รับความสำเร็จและเป้าหมายที่ได้รับ โดยการปฏิบัติงานค่อนข้างยาก แต่เขาก็พยายามเพื่อทำงานให้สำเร็จเพื่อตัวของเขา แต่ถ้าเขาทำงานง่าย และได้รับความสำเร็จเขาจะได้รับความพอใจเพียงนิดหน่อยเท่านั้น โดยการทำงานที่ยากลำบากเท่านั้น จึงถือว่า ได้รับความสำเร็จ ถ้าหากปราศจากการทบทวนตรวจสอบดูแล้ว เขาก็จะไม่รู้ว่างานที่เขาทำไปนั้นผิดหรือถูก เพราะฉะนั้น เขาชอบที่จะทำงานที่ดีที่สุด คือ สามารถตรวจสอบได้ว่า นักธุรกิจที่ได้รับความสำเร็จไม่ได้สนใจต่อกำไร เพื่อตนเองเท่านั้น แต่เป็นเครื่องวัดความสำเร็จ โดยนิยมชมชอบการทำงานกับเพื่อนร่วมงานที่มีความสามารถโดยไม่คำนึงถึงความรู้สึกส่วนตัวที่มีต่อพวกเขา

2.6 ทฤษฎีแรงจูงใจของ McGregor

วราพรณ สันทสันะโชค (2540 : 16 – 17) ได้เสนอทฤษฎีแรงจูงใจว่ามีอยู่ 2 วิธี คือ แรงจูงใจภายในที่มีอยู่ภายในตัวบุคคล เช่น ความต้องการของเขา ความปรารถนา และความอยากอื่น ๆ คือ ทฤษฎีแรงจูงใจภายใน ส่วนทฤษฎีแรงจูงใจภายนอก คือ สาเหตุที่ทำให้เกิดความพอใจจากภายนอก คือ เงินเดือน สภาพการทำงาน นโยบายของบริษัท การยอมรับ ความก้าวหน้า และความรับผิดชอบ ทฤษฎีแรงจูงใจที่เน้นสภาวะที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอก เช่น ผู้จัดการมีทัศนคติต่อผู้ใต้บังคับบัญชา คือ ผู้จัดการมีความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติของความเป็นมนุษย์ และได้ตั้งทฤษฎีธรรมชาติของคนออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ทฤษฎี X มีลักษณะดังนี้

- 1.1 ตามปกติแล้วบุคคลไม่ชอบทำงาน ถ้ามีโอกาสก็จะหลบหลีกหรืองาน
- 1.2 เพราะนิสัยคนไม่ชอบทำงาน ทุกคนจะต้องถูกบังคับ ควบคุม แนะแนว และมีบทลงโทษไว้ เพื่อให้พวกเขามีความพยายามเพื่อบรรลุตามเป้าหมายขององค์กร
- 1.3 คนทั่ว ๆ ไป ชอบมีผู้นำ มีความประสงค์จะไม่อยากรับผิดชอบ แทนไม่มีความทะเยอทะยานและต้องการความปลอดภัยเหนือกว่าสิ่งอื่นใด

2. ทฤษฎี Y นั้น McGregor ให้ข้อสันนิษฐานว่าจะเพิ่มแรงจูงใจที่ยิ่งใหญ่ที่สามารถเพิ่มความต้องการทั้งส่วนบุคคลและเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งทฤษฎี Y มีดังนี้

2.1 การใช้พลังทางกายและสมองในการทำงาน เป็นธรรมชาติเช่นเดียวกับการเล่น และการพักผ่อน

2.2 การควบคุมภายนอกและการคาดโทษ ไม่ใช่วิธีเดียวที่ทำให้เกิดความพยายาม เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร

2.3 การรับผิดชอบต่อเป้าหมายนั้น ทำให้ได้รับผลตอบแทนเป็นผลลบ

2.4 สภาพของคนทั่ว ๆ ไป เรียนรู้ภายใต้เงื่อนไขที่เหมาะสม ซึ่งไม่เพียงพอแต่ยอมรับเงื่อนไขนั้นเท่านั้น แต่จะต้องแสวงหาความรับผิดชอบด้วย

2.5 ประสิทธิภาพเกี่ยวกับความนึกคิด ความรอบคอบและความคิดสร้างสรรค์ ในการแก้ไขปัญหาองค์กรจะต้องเปิดเผยกว้างขวาง ไม่คับแคบ เพื่อผลประโยชน์ของประชาชน

2.6 ภายใต้สภาพเงื่อนไขของสังคมอุตสาหกรรมสมัยใหม่นี้ ความสามารถทางสติปัญญาของบุคคลเป็นสิ่งจำเป็น

3. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ

ความหมายเกี่ยวกับการให้บริการ

สมชาติ กิจยรรยง (2536 : 42) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการเป็นกระบวนการของการปฏิบัติตนเพื่อผู้อื่น ดังนั้น ผู้ที่จะให้บริการ จึงควรมีคุณสมบัติที่สามารถจะอำนวยความสะดวกและทำตนเพื่อผู้อื่นอย่างมีความรับผิดชอบและมีความสุข

ความสำคัญของการให้บริการ

สมชาติ กิจยรรยง (2536 : 15) การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพจากตัวบุคคล ซึ่งต้องอาศัยเทคนิคกลยุทธ์ ทักษะ และความแนบเนียนต่าง ๆ ที่จะทำให้นักพอใจลูกค้า ผู้ที่ติดต่อธุรกิจ หรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการ จึงถือได้ว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบันนี้

การให้บริการสามารถกระทำได้ทั้งก่อนการติดต่อในระหว่างการติดต่อหรือภายหลังการติดต่อ โดยได้รับการบริการจากตัวบุคคลทุกระดับในองค์กร รวมทั้งผู้บริหารขององค์กรนั้น ๆ

การบริการที่ดีจะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ที่ติดต่อกับองค์กรธุรกิจเกิดความเชื่อถือ ศรัทธา และสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งจะมีผลในการสั่งซื้อหรือใช้บริการอื่น ๆ ในโอกาสหน้า ซึ่งการบริการอาจจะทำได้ในรูปแบบต่าง ๆ คือ

1. การต้อนรับและการเอาใจใส่
2. การให้บริการทางโทรศัพท์
3. การบริการขายหน้าร้าน
4. การให้บริการในร้านค้า หรือสำนักงาน

5. การบริการภายหลังการขาย
6. การบริการสำหรับพนักงานช่าง
7. ทักษะในการปฏิบัติงานเพื่อบริการในสำนักงาน

หลักการสำคัญในการให้บริการ

สมชาติ กิจยรรยง (2536 : 44-57) ได้กล่าวว่า หลักการสำคัญในการให้บริการเพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าหรือผู้ที่มาใช้บริการ ดังนี้

1. การเข้าใจในความต้องการของลูกค้า เพื่อที่จะได้ล่วงรู้ถึงความต้องการของลูกค้า เพื่อที่จะได้เข้าใจความต้องการของลูกค้าอย่างง่าย ๆ ดังนี้

1.1 สดับ ได้แก่ การรับฟัง จากคำพูด คำบอก คำกล่าว หรือแม้แต่คำบ่น เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและความต้องการของลูกค้า ซึ่งผู้ทำหน้าที่ในการบริการก็ต้องมีศิลปะในการฟัง คือ ตั้งใจและพร้อมที่จะแก้ไขปัญหาคือช่วยเหลือ

1.2 สังเกต คือ การสังเกตพฤติกรรม ภาษาท่าทาง และการแสดงออกของลูกค้าในอิริยาบถต่าง ๆ และเราในฐานะผู้ให้บริการจะต้องแปลความหมายออก เช่น การที่ลูกค้าสบตาเรา หยุดมอมอย่างสนใจ ยิ้มเมื่อเห็นสิ่งที่ต้องการนั้น หมายถึง ความต้องการที่ลูกค้าแสดงออกจากภาษาท่าทาง นอกเหนือจากการยิ้มให้เรา พยักหน้าให้เรา ฯลฯ

1.3 สถิติ คือ การให้ประสบการณ์ในการบริการลูกค้าชนิด ประเภทต่าง ๆ ไว้เป็นข้อมูลหรือสถิติ เพื่อจะได้รู้ความต้องการลูกค้าได้รวดเร็วขึ้นโดยอาศัยสถิติเป็นข้อมูลในการให้บริการ เช่น การคาดหวังถึงสิ่งที่ลูกค้าชอบทานอาหารชนิดหรือประเภทใด ๆ โดยการสอบถามล่วงหน้าสำหรับการบริการในร้านอาหารหรือภัตตาคาร และต่อไปนี้เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของลูกค้า ทั้ง ๆ ไป ซึ่งผู้ให้บริการก็ควรจะเข้าถึงความต้องการที่เป็นนิสัยหรือธรรมชาติของคนโดยทั่ว ๆ ไป ดังนี้

1. ชอบหรืออยากได้ของฟรี ของแถม ราคาถูก จำนวนมาก และมีคุณภาพดี
2. ชื้อหรือมีความต้องการตามกัน เข้าทำนองที่ว่าซื้อตามผู้นำ
3. อยากได้โดยมีการลัดคิวคนอื่น
4. ต้องการความสะดวกสบายในการได้รับการบริการ
5. ชอบขั้นตอนการบริการที่ไม่ยุ่งยาก
6. ต้องการได้รับการต้อนรับ การบริการที่มีไมตรีจิต จริงใจ และได้รับเกียรติ
7. ต้องการที่จะให้จำชื่อ หรือรายละเอียดประวัติสินค้า หรือรายละเอียดเดิม

ของเขาได้

8. ต้องการได้รับการบริการที่ดีกว่า หรือไม่ยิ่งหย่อนกว่าคนอื่น ๆ

9. ชอบที่จะได้พบเห็น หรืออยู่ในบรรยากาศที่สะอาด สว่าง สงบ ปลอดภัย และเป็นระเบียบ

10. ต้องการข่าวสารข้อมูลที่ดี เข้าใจง่าย และทันเวลา

11. ต้องการได้ซักถาม ได้แสดงความคิดเห็นของตน หรือได้มีโอกาสระบายความอัดอั้น

2. การรู้จักวิธีติดต่อสื่อสารที่ดี การติดต่อสื่อสารที่ดีทั้งภาษาพูดและที่ไม่ใช่ภาษาพูด การติดต่อทางคำพูดที่ดีนั้น จึงขอแนะนำหลักในการปฏิบัติ ดังนี้

1. ให้ใช้คำสุภาพ คือ ให้ฝึกให้คำสุภาพจนเป็นนิสัย
2. หลีกเลี่ยงในการพูดเรื่องส่วนตัวต่อหน้าลูกค้า หรือต่อหน้าแขก
3. หลีกเลี่ยงที่จะพูดภาษาเฉพาะ หรือคำแสลงกับลูกค้า
4. หลีกเลี่ยงการบ่นต่อหน้าลูกค้า
5. หน้าทีการบริการที่ดี จงฟังมากกว่าพูด
6. อย่าตอบห้วน ๆ กับลูกค้า
7. อย่าทะเลาะกับลูกค้า
8. อย่าหัวเราะเยาะลูกค้า จงช่วยเหลือหรือบอกเขา
9. จงมองหน้าลูกค้าเมื่อพูดกับเขาเสมอ
10. พูดในเรื่องที่กำลังติดต่อสื่อสารกันอยู่ ไม่พูดออกนอกเรื่องราว
11. พูดจาภาษาเดียวกันกับคู่สนทนาผู้ฟังด้วยถ้อยคำที่สุภาพ ชัดเจนและเข้าใจง่าย
12. คำพูดมีเหตุผล อยู่บนหลักของความจริง
13. พูดในเรื่องที่ไม่ก่อให้เกิดความเดือดร้อน
14. ไม่นำสิ่งที่เป็นข่าวดังมาติดต่อในสำนักงาน
15. เป็นการพูดที่ก่อประโยชน์แก่ผู้พูดและผู้มาติดต่อ
16. ไม่พูดในลักษณะของการประชดประชัน เสียดสี แดกดัน หรือนินทา
17. ไม่นำเรื่องละเอียดอ่อนมาเป็นหัวสนทนา ซึ่งอาจจะเกิดความแตกแยกได้
เช่น เรื่อง การเมือง ศาสนา สถาบันต่าง ๆ ความเชื่อ เงิน ฯลฯ
18. พูดอย่างสนใจผู้ฟัง โดยเห็นว่าเป็นบุคคลสำคัญคนหนึ่ง
19. ไม่พูดเยินยอจนไร้เหตุผล
20. ไม่พูดตลกที่ก่อให้เกิดความเสียหาย อับอายแก่ผู้ฟังหรือผู้อื่น
21. การพูดที่ดีจะต้องประกอบด้วย น้ำเสียง สีหน้า แววตา และท่าทางที่ดีด้วย

การติดต่อโดยไม่ใช้ภาษา คนเราจะมีการติดต่อกันโดยไม่ใช้ภาษาอยู่ตลอดเวลา
โดยบางครั้งจะใช้ควบคู่ไปกับการพูด ซึ่งการแสดงออกโดยไม่ใช้ภาษานี้จะสร้างให้เกิดมนุษยสัมพันธ์ที่ดีหรือไม่ดีก็ได้

การแสดงออก	ลักษณะที่ควรแสดง	ลักษณะที่ไม่ควรแสดง
1. ทางใบหน้า (สีหน้า จมูก แหวด)	- ใบหน้ายิ้มแย้ม เมตตา	- หน้าบึ้งตึง เฉยเมย
2. ทางเสียง (น้ำเสียง หางเสียง)	- มีสายตาที่เป็นมิตร	- สายตาดูถูกเหยียดหยาม
3. ท่าทางและการแสดงออก (ท่านั่ง ท่ายืน)	- น้ำเสียงสุภาพ อ่อนโยน	- ย่นจมูกแสดงความไม่เป็นมิตร
	- กระตือรือร้นที่จะให้บริการ	- น้ำเสียงแสดงความไม่เป็นมิตร
	- กระฉับกระเฉง มีชีวิตชีวา	- ท่าทางเหน้อยหน่ายหรือแสดงความดุดัน
	- มีท่าทางเป็นมิตร	- แสดงความรำคาญ ไม่สนใจให้บริการ/แสดงความก้าวร้าว
4. ทางการแต่งกาย	- เหมาะสมกับหน้าที่และกาลเทศะ	- ไม่เหมาะสม ขัดกับลักษณะงาน
	- สุภาพ เรียบร้อย สมวัย	- ไม่สุภาพ ไม่สมวัย
	- เครื่องแต่งกายสะอาด	- สกปรก รกรุงรัง ไม่น่ามอง
	- ร่างกายมีความสะอาด	- ปลอ่ยให้ร่างกายสกปรก
5. สภาพแวดล้อมรอบตัวเรา	- จัดสถานที่ที่แสดงถึงการต้อนรับ	- จัดสถานที่ปิดกั้นผู้มารับบริการ (มีโต๊ะ ตู้ ขวางกัน ปิดประตูทึบ)
	- มีคำแนะนำการติดต่อ	- ไม่มีคำแนะนำการติดต่อ
	- มีที่พักให้รอในขณะที่ติดต่อ	- ไม่มีลูกศรชี้เส้นทาง
	- มีผู้ต้อนรับและประชาสัมพันธ์	- ไม่มีที่พักให้รอขณะติดต่อ
	- มีบรรยากาศที่น่ารื่นรมย์ สว่างสะอาด	- ไม่มีประชาสัมพันธ์ขณะติดต่อ
		- บรรยากาศอึดอัด ทึบ ไม่น่ารื่นรมย์

3. ความมีมารยาท คือ การที่ผู้ให้บริการมีการแสดงออกที่ดีต่อหน้าลูกค้า การแสดงออกที่ดีคือ การมีกิริยามารยาทที่งดงามนั่นเอง ซึ่งแสดงออกทั้งการพูด การนั่ง การยืน การเดิน หรือ การแสดงออกด้วยภาษากาย ซึ่งประกอบด้วย

1. การสุภาพอ่อนน้อม คือ อ่อนน้อมถ่อมตน แต่ไม่อ่อนแอ แข็งแรง แข็งขัน แต่ไม่แข็งกระด้าง รู้จักไปมา ลาไหว

2. การรู้จักเก็บและรักษาอารมณ์ คือ อย่าใช้อารมณ์เป็นที่ตั้งในการทำงานด้านบริการ อย่าอารมณ์เส่ง่าย ไม่เป็นคนชี้หูตึง

3. ระวังกิริยาท่าทาง ไม่ว่าจะเป็น การลุก นั่ง ยืน เดิน ก้ม ควรมีการระมัดระวัง และมีการสำรวจกิริยาท่าทางไว้พอสมควร

4. ความเป็นผู้รู้จักอดทน อดกลั้น งานบริการเป็นงานที่ต้องอาศัยความอดทนทางด้านจิตใจและร่างกายค่อนข้างสูง

5. ยอมรับคำตำหนิตาม จงถือคติว่า การติหรือการตำหนินั้น เป็นการกระทำหรือการติเพื่อมีใช้ดีเพื่อการทำลายล้าง เพื่อเราจะได้พัฒนาปรับปรุงหรือแก้ไขให้ดีขึ้น ดังมีผู้เคยกล่าวว่า ขอบกพร่องนั้นเปรียบเสมือนขุมทรัพย์ ผู้ที่สามารถชี้ขอบกพร่องให้เราเห็นหรือรู้ได้ ก็เหมือนกับคนนั้นชี้ขุมทรัพย์ให้แก่เรา

6. จงตั้งใจฟังลูกค้า เพื่อเป็นการรักษามารยาท อย่าขัดคอ อย่าขัดจังหวะโบราณ กล่าวว่ ขัดด้วยขัดขามเป็นเงาตาม แต่การขัดผล (ประโยชน์) คือ การทะเลาะวิวาท

7. การกล่าวขอภัย ให้ชี้แจงเหตุผลด้วยเสมอ เพื่อความเข้าใจที่ดีต่อกัน

8. ขอบคุณลูกค้า ในโอกาสอันควร

การแสดงออกที่ไม่ควรทำ คือ

1. เดินแทรกหรือเดินผ่านกลางระหว่างลูกค้า
2. การไหว้วานหรือขอความช่วยเหลือจากลูกค้า
3. ลูกค้าเดินหนีออกไป โดยไม่บอกเหตุผล
4. กระเข้าเข้าเหย้าลูกค้า หรือเล่นกับเพื่อน ๆ ต่อหน้าลูกค้า
5. ทำงานอย่างอื่นที่ไม่จำเป็นต่อหน้าลูกค้า
6. หลีกเสี่ยงการพูดถึงเรื่องส่วนตัวกับลูกค้า
7. ไม่ควรสูบบุหรี่ต่อหน้าลูกค้า

4. การมีความรับผิดชอบ สูตรสำเร็จในการแสดงถึงความรับผิดชอบในการทำงานและเป็นการเพิ่มผลผลิตในการทำงาน คือ สูตร 5 ส. ดังนี้

1. สะสาง หมายถึง การแยกแยะและจัดของหรือสิ่งที่ไม่จำเป็นต่างๆ ในการทำงานออกไป

2. สะดวก หมายถึง การจัดวางสิ่งของต่าง ๆ ในที่ทำงานและที่บริการให้เป็นระเบียบเพื่อความสะดวกและปลอดภัยสิ่งที่แสดงถึง "ความสะดวก" ในที่บริการ คือ

2.1 มีการกำหนดทิศทาง ทางเดิน และกำหนดจุดวางอุปกรณ์เครื่องใช้ที่ชัดเจน

2.2 มีป้ายบอกทิศทางสำหรับผู้ใช้บริการ

2.3 มีระบบการจัดเก็บ แยกประเภท เครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ โดยยึดหลักคุณภาพและประสิทธิภาพ

3. สะอาด หมายถึง การทำความสะอาด บัด กวาด เช็ด ถู เครื่องมือเครื่องใช้ และสถานที่บริการให้อยู่ในสภาพที่เรียบร้อย สะอาดตา สบายใจ อยู่เสมอ ความสะอาดรวมถึง การมีแสงสว่าง หลอดไฟฟ้าพอเพียง ท่อระบายน้ำ ห้องน้ำสะอาด และอยู่ในสภาพที่ดี

4. สุขลักษณะ หมายถึง การรักษามาตรฐานที่ดีของความเป็นระเบียบเรียบร้อยในสถานที่ทำงานอยู่ในสภาพหมดจด สะอาดตา ถูกสุขลักษณะ และรักษาให้ติดตลอดไป มีการตกแต่งเพื่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่สดชื่นแก่ผู้ให้บริการ

5. สร้างนิสัย หมายถึง การให้พนักงานทุกคนปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และมีทัศนคติที่ดีในเรื่องความเป็นระเบียบเรียบร้อยในสถานที่ทำงาน หัวหน้างาน หัวหน้าแผนกในหน่วยงานสามารถเป็นแบบอย่างที่ดีในการทำงาน

การมีความรับผิดชอบของผู้ให้บริการนั้น จะขอลำดับถึงข้อปลีกย่อยในบางส่วนเพื่อเสริมสร้างความเป็นเลิศในการให้บริการที่แสดงถึงความรับผิดชอบเพิ่มเติมดังนี้

1. ผู้ให้บริการจะต้องรู้จักหน้าที่ของตนว่าจะต้องทำอะไร ให้ใคร เพื่ออะไร และทำอย่างไร
2. ผู้ให้บริการควรมีจิตใจที่จะให้บริการอย่างเต็มใจ
3. ผู้ให้บริการจะต้องตั้งใจทำหน้าที่ของตน
4. จงรักษาเวลาและปฏิบัติงานให้เสร็จทันตามกำหนด
5. โทรศัพท์ แจ้งลูกค้าเมื่องานเสร็จ
6. โทรศัพท์ สอบถามลูกค้า เมื่อไม่มาตามนัด
7. ถ้าป่วยให้จัดหาคนอื่นบริการแทนเรา
8. ตรวจสอบผลงานก่อนส่งมอบทุกครั้ง
9. ให้ลูกค้าสนใจอยากกลับมาใช้บริการเราอีก
10. ส่งลูกค้าด้วยไมตรี

5. ความสามารถรอบรู้ ผู้ให้บริการที่ดีจะต้องมีความสามารถรอบรู้ต่าง ๆ เพราะความรู้ทำให้เกิดทัศนคติที่ดี ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการทำงานติดตามมา และจำทำให้เกิดขวัญและกำลังใจที่ดีอีกด้วย สิ่งต่อไปนี้ เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการควรทราบ คือ

1. รู้จักสินค้า รู้จักงาน รู้จักการบริการ
2. รู้จักระบบงานของตน รู้จักองค์กร รวมทั้งรู้จักผู้บริการ
3. รู้จักข่าวสารข้อมูลดี
4. แนะนำในสิ่งที่จะเป็นประโยชน์กับลูกค้า
5. จำรายละเอียดต่าง ๆ ของลูกค้าได้
6. รู้จักลูกค้าแต่ละประเภทว่าเขาต้องการอะไร
7. พัฒนาตนเองอยู่เสมอ

6. การมีความน่าเชื่อถือ การที่ผู้ที่มีหน้าที่ในการให้บริการจะมีความน่าเชื่อถือได้นั้น คุณสมบัติประจำตัวของแต่ละคนเป็นสิ่งที่สำคัญในการทำหน้าที่บริการ ปัญหาที่อยู่ที่ว่าอย่างไรจึงจะให้ลูกค้าหรือผู้ที่กำลังติดต่อเกิดความศรัทธาและเชื่อถือ ดังนั้น จึงขอเสนอแนวคิดในเรื่องของ คุณสมบัติที่ดีของผู้ที่ทำหน้าที่ในการบริการ ดังนั้น คุณสมบัติที่ดีของผู้บริการ

1. แต่งกายสุภาพ เรียบร้อย สะอาดเหมาะสม ตามแบบที่หน่วยงานของตนกำหนด
2. เป็นผู้ที่ชอบคน เข้าใจคน และชอบบริการผู้อื่น
3. มีชีวิตชีวา มีอากัปกริยา และวาจาอ่อนน้อม
4. มีไหวพริบ ซึ่งจะต้องประกอบด้วยการมีความรู้ในงาน และความรู้รอบตัวดี
5. ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะต้องประกอบด้วย ฉันทะ วิริยะ จิตตะ และวิมังสา คือ ต้องรักงาน ต้องพากเพียร ต้องตั้งใจ ต้องพัฒนาปรับปรุงงานเสมอ
6. ฝึกเป็นคนรู้จักคุณค่าของเวลา ตรงต่อเวลา รักษาเวลา
7. ยิ้มและแสดงท่าทางสนใจเสมอ
8. แสดงความกระตือรือร้นและแสดงความมีน้ำใจออกมา
9. เตรียมตนเองให้พร้อมเสมอ เตรียมอุปกรณ์ให้พร้อมที่จะทำหน้าที่บริการ
10. มีความจำดี รู้ข้อมูลในงาน และข่าวสารทั่วไปดี

7. ความน่าไว้วางใจ นอกจากการทำให้คนเชื่อถือหรือเชื่อมั่นแล้ว ผู้ที่ทำหน้าที่บริการควรจะต้องทำให้เป็นคนน่าไว้วางใจอีกด้วย ข้อแนะนำต่อไปนี้เป็นแนวคิดเพื่อให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจเราได้ก็คือ

1. การให้ความสนใจในตัวลูกค้า
2. การมีความจริงใจที่จะให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ และให้บริการ
3. การเป็นผู้ที่รู้จักกาลเทศะ ระวังกริยาท่าทาง
4. รักษาความลับของลูกค้า ซึ่งเป็นการปฏิบัติหน้าที่ที่จะต้องมีการยารบรรณในการทำงาน

5. ซื่อสัตย์สุจริตในเรื่องเงินทอง

6. รักษาเวลา รักษาคำพูด และรักษาสัญญา

ในส่วนนี้สามารถใช้สูตร 5 ย เพื่อการบริการที่ดี ดังนี้

1. เยี่ยมเยือน หมายถึง สอบถาม หรือมีความห่วงใย ทั้งทางจดหมาย หรือโทรศัพท์ หรือจะถามผ่านบุคคลที่สามก็ได้
2. ยืดหยุ่น หมายถึง มีความยืดหยุ่นในการให้บริการ ไม่ถือกฎกติกาเคร่งครัดจนเกินไปทั้งนี้ให้อยู่ในความเหมาะสม
3. ยิ้มแย้ม หมายถึง ยิ้มแย้มแจ่มใสประทับใจตลอดกาล
4. ยกย่อง หมายถึง รู้จักให้เกียรติยกย่องลูกค้า และผู้ให้บริการเสมอ

5. ยืนหยัด หมายถึง ยืนหยัดที่จะทำหน้าที่ในการให้บริการอย่างมีคุณภาพที่ดีตลอดไปเพื่อให้ลูกค้าให้ความไว้วางใจเราในฐานะเป็นผู้ให้บริการ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าจึงถือเป็นเรื่องที่สำคัญเรื่องหนึ่ง แนวคิดต่อไปนี้เป็นของฝากเพื่อทัศนคติที่ดีกับลูกค้า เพื่อรักษาความสัมพันธ์ และเพื่อการบริการที่เป็นเลิศต่อไป

8. การมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี ผู้ให้บริการจะดูแลสุขภาพร่างกายให้แข็งแรงสมบูรณ์ อยู่เสมอ เมื่อมีสุขภาพกายที่ดีแล้ว สุขภาพจิตย่อมดีตามด้วย

ข้อแนะนำเพื่อการทำหน้าที่ของผู้ให้บริการอย่างมีความสุขและสนุกกับงานด้วยสุขภาพจิตที่ดี

จิตวิทยาที่ช่วยให้เป็นผู้บริการที่มีความสุข

1. เข้าใจตนเองและเปิดโอกาสให้ตนเองแสดงความรู้ความสามารถออกอย่างเต็มที่ และมีความเชื่อมั่น
2. ยอมรับตนเองและยอมรับผู้อื่นในทางที่ดี รู้ถึงความสามารถของตนเองและผู้อื่น
3. รู้จักสร้างตนเองให้เป็นคนมีมนุษยสัมพันธ์
4. พัฒนาบุคลิกภาพให้เหมาะสม
5. มีการปรับตัวเพื่อสุขภาพจิตที่ดี

เทคนิคในการต้อนรับลูกค้า

สมชาติ กิจยรรยง (2536 : 30) ในการต้อนรับลูกค้า ควรมีเทคนิคในการปฏิบัติ ดังนี้

1. ต้อนรับด้วยความคุ้นเคย เป็นกันเอง
2. ต้อนรับด้วยความสุภาพอ่อนโยน และให้เกียรติลูกค้าเสมอ
3. ต้อนรับด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส
4. ต้อนรับด้วยความอบอุ่นพร้อมจะให้ความช่วยเหลือ
5. ต้อนรับด้วยการปฏิบัติหน้าที่ให้ทันใจ เห็นคุณค่าของเวลา
6. ต้อนรับด้วยความเอาใจใส่
7. ต้อนรับด้วยความอดทน อย่าขุ่นเคือง
8. ต้อนรับด้วยความเพียร ค้นหาข้อเท็จจริง
9. ต้อนรับด้วยความจริงใจ อย่าแสวงหา
10. ต้อนรับด้วยการให้บริการเสมอ

มิลเลท (ชาลิต เหล่ารุ่งกาญจน์. 2538 : 15-16 ; อ้างอิงจาก Millett ม.ป.ป.) ได้ชี้ให้เห็นว่าคุณค่า ประการแรกของการบริหารงานรัฐกิจทั้งหมด คือ การปฏิบัติงานด้วยการให้บริการที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งมีลักษณะที่สำคัญ 5 ประการ คือ

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (Equitable Service) โดยยึดหลักที่ว่าคนเราทุกคนเกิดมาเท่าเทียมกัน ความเท่าเทียมกันนั้น หมายถึง ประชาชนทุกคนควรมีสสิทธ์เท่าเทียมกันทั้งทางกฎหมายและทางการเมือง การให้บริการของรัฐจะต้องไม่แบ่งแยกเชื้อชาติผิว หรือ ความยากจนตลอดจนสถานะทางสังคม

2. การให้บริการอย่างรวดเร็วทันต่อเวลา (Timely Service) จะไม่มีผลงานทางสาธารณะใด ๆ ที่เป็นผลงานที่มีประสิทธิภาพหากไม่ตรงต่อเวลา หรือทันต่อเหตุการณ์ เช่น รถดับเพลิงมาถึงหลังจากไฟไหม้หมดแล้ว การบริการนั้นก็ถือว่าไม่เป็นสิ่งที่ถูกต้องและน่าพอใจ

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) นอกจากให้บริการอย่างเท่าเทียมกันและให้อย่างรวดเร็วแล้วต้องคำนึงถึงจำนวนคนที่เหมาะสม จำนวนความต้องการในสถานที่ที่เพียงพอในเวลาที่เหมาะสมอีกด้วย

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) คือ การให้บริการตลอดเวลาต้องพร้อมและเตรียมตัวบริการต่อความสนใจของสาธารณะชนเสมอ มีการฝึกอบรมอยู่เป็นประจำ เช่น การทำงานของตำรวจจะต้องบริการตลอด 24 ชั่วโมง

5. การบริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) เป็นการบริการที่มีความเจริญก้าวหน้าไปทั้งทางด้านผลงานและคุณภาพ เทคโนโลยีที่ทันสมัย

กุลชน ธนาพงศธร (อ้างอิงมาจาก ขวลิขิต เหล่ารุ่งกาญจน์ , 2538 : 16) กล่าวว่าหลักการให้บริการได้แก่

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือประโยชน์ และบริการที่องค์การจัดให้นั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลากรส่วนใหญ่หรือทั้งหมดมิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ

2. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้น ๆ ต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ มิใช่ ทำ ๆ หยุด ๆ ตามความพอใจของผู้บริการหรือผู้ปฏิบัติงาน

3. หลักความเสมอภาค บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอหน้าและเท่าเทียมกันไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคล หรือกลุ่มใดในลักษณะแตกต่างจากกลุ่มคนอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด

4. หลักความประหยัด ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ไปในการบริการ จะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ

5. หลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้บริการจะต้องเป็นไปในลักษณะที่ปฏิบัติได้ง่ายสะดวกสบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาวะยุ่งยากใจให้แก่ผู้บริการหรือผู้ให้บริการมากจนเกินไป

เวอร์มา (พิเศษ รวมทรัพย์. 2538 : 15-16 ; อ้างอิงจาก Verma. ม.ป.ป.) กล่าวว่า การให้บริการที่ดีส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับ การเข้าถึงบริการ และ Penchansky และ Thomas (1961) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการเข้าถึงการบริการดังนี้

1. ความเพียงพอของบริการที่มีอยู่ (Availability) คือ ความพอเพียงระหว่างบริการที่มีอยู่กับการต้องการขอรับบริการ
2. การเข้าถึงแหล่งบริการได้อย่างสะดวกโดยคำนึงถึงลักษณะที่ตั้งการเดินทาง
3. ความสะดวก และสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ (Accomodation) ได้แก่แหล่งบริการที่ผู้บริการยอมรับว่า ให้ความสะดวกและมีสิ่งอำนวยความสะดวก
4. ความสามารถของผู้รับบริการ ในการที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ
5. การยอมรับคุณภาพของบริการ (Acceptability) ซึ่งในที่นี้รวมถึงการยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการด้วย

สุรศักดิ์ นานานุกุล (2539) กล่าวว่า ธุรกิจบริการที่ดีจะต้องมี นโยบายการบริการที่ดี นโยบายที่ดี นโยบายนี้รวมถึงปรัชญาการให้บริการ ความมุ่งมั่นที่จะสร้างความพอใจ และความ สุขให้แก่ลูกค้า และแฝงด้วย การให้เกียรติแก่ลูกค้าและการให้ความสำคัญแก่ สถานที่ ห้องน้ำ และบรรยากาศ ในการต้อนรับลูกค้า ให้สมเกียรติ และสำหรับ พนักงานให้มีสถานที่ ทำธุระส่วนตัวได้ โดยไม่รบกวนลูกค้า ซึ่งจะต้องจัดงบประมาณให้เหมาะสม

ธุรกิจบริการ ต้องมีระบบการที่ดี หมายถึง

- 2.1 ระบบเกี่ยวกับ การวางตัว และกิริยาท่าทาง ตลอดจนทัศนคติที่พนักงานพึงมีต่อลูกค้า
- 2.2 ระบบเกี่ยวกับ วิธีการทำงานทุก ๆ อย่าง ไม่ว่าจะเป็นหน้าที่งานด้านการต้อนรับ การรักษาความสะอาด การอธิบาย การให้ข้อมูล หรือการตอบคำถามของลูกค้า การตกแต่งสถานที่ และการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ซึ่งจะต้องกำหนดมาตรฐานให้ชัดเจน
- 2.3 ระบบเกี่ยวกับการให้อำนาจพนักงานหรือผู้บริหาร ได้พิจารณาและตัดสินใจในการทำงาน ซึ่งอาจจะแตกต่างไปจาก วิธีการทำงานตามปกติ เพื่อแก้ไขปัญหาในสถานการณ์พิเศษ ซึ่งอาจจะต้องให้บริการเหนือความคาดหมายของลูกค้า
- 2.4 ระบบเกี่ยวกับการพูดจา ที่มีการทักทายลูกค้า และการกล่าวขอบคุณเพื่อให้เกียรติลูกค้า ตลอดจนถ้อยคำที่จะต้องพูดในระหว่างที่ให้บริการแก่ลูกค้า
- 2.5 ระบบเกี่ยวกับการจำชื่อของลูกค้า และทักทายลูกค้าด้วยชื่อของเขา ตลอดจน กิริยาท่าทาง ที่อ่อนน้อม และไหว้ ลูกค้า เพื่อให้เกียรติ
- 2.6 ระบบเกี่ยวกับการรับฟัง และสังเกต ความต้องการของลูกค้า และพยายาม ตอบสนองและจดจำ หรือบันทึกไว้ในคอมพิวเตอร์เพื่อให้บริการในครั้งต่อไป

2.7 ระบบการวิจัยความเห็นของลูกค้า ที่กระทำสม่ำเสมอเพื่อจะได้ปรับตัวตามธุรกิจบริการ ต้องมีคนให้บริการที่ดี หมายถึง

3.1 การคัดเลือกบุคคลที่มีลักษณะ ที่เหมาะสมกับงานบริการ เช่น มีหน้าตา ยิ้มแย้ม แจ่มใส มีบุคลิกที่เป็นมิตร และอบอุ่น และมีทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ให้บริการ ตามด้วย

3.2 ระบบการอบรมที่ดี หมายถึง หลักสูตรการฝึกอบรม ที่ชี้ให้เห็นบทบาทของผู้ให้บริการที่ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็น กิริยา ท่าทาง สีหน้า การพูดจา น้ำเสียงและคำพูดในการให้บริการ

3.3 การฝึกอบรมในห้องเรียน และการฝึกปฏิบัติ จนระบบที่เสี่ยงซึ่งทำให้พนักงานเกิดความคุ้นเคยและความชำนาญ

มณีวรรณ ดันไทย (2533 : 66-69) ให้แนวคิดหลังการได้รับบริการว่า เป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับบริการในด้าน

1. ด้านความสะดวกที่ได้รับ

1. ด้านตัวเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
2. ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ
3. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ
4. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

เสรี วงศ์มณฑา (2536 : 86-88) กล่าวว่า การบริการเป็นปัจจัยของการแข่งขัน ยิ่งสินค้ามีความแตกต่างกันมากเท่าใด การบริการก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น การบริการเริ่มขึ้นที่หัวใจอมที่จะรับใช้และให้ความสำคัญแก่ผู้บริโภค แล้วก็ผสมผสานสิ่งต่อไปนี้เข้าไปในการทำธุรกิจ

1. อย่างมองข้ามเรื่องเล็กน้อย ไม่ว่าจะเป็นการตรงต่อเวลาของคนขับรถที่ไปรับลูกค้า การแต่งตัวของเด็กส่งของ พนักงานแม่บ้านที่บริการเครื่องต้มให้ลูกค้าในสำนักงาน พนักงานรับโทรศัพท์ที่พูดเป็น (ไม่ใช่แต่พูดได้) และยามที่เข้าใจหน้าที่ของงานไกลไปกว่าการดูแลของไม่ให้หายเท่านั้น

2. การแก้ไขปัญหาของลูกค้าโดยไม่คิดว่าเป็นเรื่องจุกจิก ลูกค้ามักพอใจเมื่อพบว่ามีปัญหาของเขาได้รับความสนใจจากผู้ประกอบธุรกิจ และไม่มองว่าเขาเป็นคนจุกจิกเจ้าปัญหา

3. การรับผิดชอบของลูกค้าด้วยความจริงใจ เมื่อลูกค้ามีปัญหาอยากพูด อยากระบาย อยากบ่น ต้องให้โอกาสเขาพูด แล้วควรฟังด้วยความใส่ใจ และยินดีให้คำอธิบาย (ไม่ใช่ข้อโต้เถียง) และพร้อมที่จะกล่าวคำขอโทษเมื่อปัญหาเกิดจากความผิดของเราจริง ๆ

4. การสร้างความประทับใจที่มีอาจจะลืมได้ลง การจำชื่อลูกค้าได้ การแสดงความพยายามที่จะช่วยเพื่อการแสดงความกระตือรือร้นที่จะใส่ใจในปัญหาของลูกค้า ที่จะช่วยเหลือลูกค้าหรือการสร้าง ความประทับใจ

5. การเรียนรู้ความคาดหวังของลูกค้าแล้วพยายามตอบสนอง การที่จะบริการดีได้ คือ คนที่ภูมิใจลูกค้าเป็นอย่างดี การรู้ความคาดหวังของลูกค้าย่อมทำให้เราตอบสนองได้ดีกว่า

6. การมุ่งมั่นที่จะเน้นคุณภาพ การให้สิ่งที่ดีที่สุดแก่ลูกค้าไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสินค้า หรือการติดต่อพูดคุยกัน การส่งของ การแนะนำ ถ้าหากทุกอย่างทำไปด้วยคุณภาพที่ พิถีพิถันระมัดระวังย่อมสร้างความประทับใจได้

7. การทำให้ลูกค้าเกิดความภูมิใจในตัวเอง คนเราย่อมอยากมีความภูมิใจ ไม่อยาก ให้ใครดูถูก เมื่อใดก็ตามที่การปฏิบัติของเขาแสดงว่าเรายกย่องลูกค้า พวกเขาก็จะเกิดความ ภูมิใจที่ได้รับเกียรติได้รับการยกย่องจากเรา แล้วเราก็จะเป็นผู้ที่มีเสน่ห์ที่ลูกค้าพอใจอย่างต่อเนื่อง

8. การปรับปรุงอยู่เสมอ ลูกค้าย่อมพอใจในการพัฒนาของเรา การติดต่อกับเราในครั้ง หลัง ๆ ควรจะดีขึ้นกว่าครั้งก่อน ๆ จะเป็นการแสดงว่าเราเข้าใจความคาดหวังของเขามากขึ้น ไม่ใช่ว่าดีตอนแรก ๆ แล้วค่อย ๆ เลวลง

9. การยอมลงทุนทางด้านเทคโนโลยี ปัจจุบันมีเครื่องมือเครื่องใช้ที่เป็นเทคโนโลยีที่จะ ทำให้บริการของเราดีขึ้น เช่น คอมพิวเตอร์ โทรสาร เครื่องทุนแรงต่าง ๆ ถ้าหากสิ่งเหล่านี้ มีขึ้นแล้ว และถ้านำมาใช้จะทำให้เราบริการลูกค้าได้เร็วขึ้น ถูกต้องขึ้นสะดวกขึ้น ก็ควรที่จะลง ทุนเพื่อให้เห็นว่าเราตั้งใจพัฒนา

10. การทำงานแข่งขันกับเวลา สมัยใหม่มนุษย์มีเวลาน้อยลง เวลาของคนเรามีค่า มากขึ้น ยิ่งบริการได้รวดเร็วทันใจเท่าใด ลูกค้าก็ยิ่งพอใจมากขึ้น เพราะนั่นหมายถึง เวลา ของเขาจะได้เพิ่มคุณค่าขึ้นอีก

11. การตอบสนองรูปการปฏิบัติสมัยใหม่ของผู้บริโภค นั่นคือ การทำงานรวดเร็ว ยืดหยุ่น (เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นคนพิเศษ) ให้คุณค่าแก่ผู้บริโภคให้เขารู้สึกว่าความ พยายามไต่บันไดสังคมของเขาได้รับการยอมรับจากผู้ให้บริการ

12. การให้การรับประกันด้วยความกล้าและเชื่อมั่น เมื่อสินค้าของเราดีจริง เพิ่ม จำนวนปี เพิ่มผลประโยชน์ ลดเงื่อนไขในทางรับประกันแบบสุด ๆ กันไปเลย ถ้าสินค้าของ เราดีจริง ๆ ตรงนี้ไม่ใช่ค่าใช้จ่าย แต่จะเป็นหนทางของการสร้างความมั่นใจ

13. การมีความไวต่อความรู้สึกของลูกค้า อย่าให้ลูกค้าเกิดความโกรธ สังเกตอาการ และคำพูดของลูกค้า ต้องระมัดระวัง อย่าให้ลูกค้าไม่พอใจการติดต่อกับเรา ควรปรับถ้อยคำ และท่าทีอยู่เสมอเมื่อสังเกตเห็นความไม่พอใจของลูกค้า

14. การใส่ใจของผู้บริการ การบริการจะดีไม่ดีถ้าผู้บริหารไม่เล่นด้วย ผู้บริการเองต้อง เข้าใจและพร้อมที่จะลงทุนด้านเทคโนโลยี และการพัฒนานวัตกรรมที่มีอยู่ด้านหน้าในการเผชิญ กับลูกค้า

15. การพัฒนาแนวทาง บุคลากรทุกคนที่ต้องเผชิญกับลูกค้าคือแนวทาง ไม่ว่า พนักงานต้อนรับ ยามหน้าประตู ฝ่ายขาย ฝ่ายบริการ ฝ่ายส่งของ ฝ่ายซ่อมบำรุง หรือ พนักงานรับโทรศัพท์ พนักงานเหล่านี้ต้องได้รับการพัฒนาทางด้านบุคลิก มนุษย์สัมพันธ์ และ วิทยานบริการอย่างจริงจัง เพื่อให้ด้านหน้าเหล่านี้เอาชนะใจผู้บริโภคให้ได้

สรุป ความพึงพอใจในการบริการ เป็นการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด และเกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์หนึ่ง

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

4.1 งานวิจัยในประเทศ

นาวิ วีระชาญณรงค์ (อ้างอิงมาจาก พงษ์สิทธิ นุญทน , 2536 : 20) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเงินฝากเกี่ยวกับการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ พบว่า ผู้ใช้บริการเงินฝากธนาคารพาณิชย์มักประสบปัญหาต่าง ๆ กับธนาคาร ปัญหาที่สำคัญที่สุดได้แก่ ปัญหาด้านบุคลากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแสดงออกของพนักงานธนาคารต่อการให้บริการ เป็นสาเหตุใหญ่ทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความไม่พอใจ ส่วนปัญหารองลงไป ได้แก่ ระเบียบต่าง ๆ ของธนาคารพาณิชย์ บางอย่างก่อให้เกิดความยุ่งยากต่อผู้ให้บริการมาก การวิจัยครั้งนี้นอกจากจะทราบปัญหาดังกล่าวแล้วยังปรากฏว่า สิ่งจูงใจที่ผู้ให้บริการนิยมมาก ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็ว ความมั่นคงปลอดภัยของธนาคาร

นิคม สอาดเอี่ยม (2539 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาซีคอนสแควร์ กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจมีความพึงพอใจโดยภาพรวมของบริการทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับพอใจ และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบความพึงพอใจในแต่ละด้าน พบว่าอยู่ในระดับ พอใจ เช่นกัน มีดังนี้

1. ด้านสถานที่มีองค์ประกอบของบริการ 10 ด้าน พบว่าทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ พอใจ โดยด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงกว่าด้านอื่น ได้แก่ สถานที่ตั้งของธนาคาร
2. ด้านบริการฝาก, ถอน, โอน และชำระเงิน มีองค์ประกอบของบริการรวม 15 ด้าน ปรากฏว่าผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ รวม 12 ด้านโดยด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ATM ที่ธนาคารให้บริการ
3. ด้านสินเชื่อ มีองค์ประกอบของบริการรวม 7 ด้าน ทุกด้านผู้มาใช้บริการ ความพึงพอใจอยู่ในระดับ “พอใจ” โดยด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ องค์ประกอบด้านการเรียกดูเอกสารประกอบการพิจารณาสินเชื่อ

สำหรับองค์ประกอบของการบริการที่มีผู้บริการมีความพึงพอใจในระดับต่ำที่สุดของบริการแต่ละด้าน มีดังนี้

1. ด้านสถานที่ ได้แก่ ห้องน้ำ ห้องส้วม
2. ด้านบริการฝาก, ถอน, โอน และชำระเงิน ได้แก่
 1. ด้านบริการฝากเงิน
 2. ด้านบริการถอนเงิน
 3. ด้านการจัดแบ่งแยกช่องประเภทบริการ
3. ด้านสินเชื่อ ได้แก่ ระยะเวลาที่ใช้ในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ

สำหรับปัจจัยเหตุที่ทำให้ผู้รับบริการ “ไม่พึงพอใจ” ของแต่ละด้านสรุปได้ ดังนี้

1. ด้านสถานที่ที่มีปัจจัยเหตุของความไม่พึงพอใจ คือ ความไม่สะดวกจากบริการ
2. ด้านบริการฝาก, ถอน, โอน และชำระเงิน ปัจจัยเหตุของความไม่พึงพอใจ คือ
 - 2.1 ความเพียงพอของบริการ
 - 2.2 ความล่าช้าของบริการ
 - 2.3 ความไม่สะดวกของบริการ
3. ด้านสินเชื่อ ปัจจัยเหตุของความไม่พึงพอใจ คือ ความล่าช้าในการบริการ

ไมตรี วิไลกิจ (2539 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่องานบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณีการให้บริการของส่วนบริการเช็คเรียกเก็บสำนักงานใหญ่ พบว่า

1. ความพึงพอใจของลูกค้าทั้ง 4 ด้าน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการในการรับบริการของส่วนบริการเช็คเรียกเก็บ ด้านความสะดวกที่ได้รับ และด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านพนักงานและการต้อนรับ (ค่าเฉลี่ย = 3.5524) ที่มีความพึงพอใจสูงสุดโดยดูจากคะแนนเฉลี่ย คือ องค์ประกอบด้านพนักงานธนาคารใช้กิริยา วาจาที่สุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์กับลูกค้า

ความพึงพอใจของลูกค้าด้านสถานที่ประกอบการ (ค่าเฉลี่ย = 3.5476) ที่มีความพึงพอใจสูงสุดโดยดูจากคะแนนเฉลี่ย คือ องค์ประกอบด้านธนาคารจัดให้มีที่นั่งเพื่อให้ลูกค้ารอรับบริการได้สะดวกสบาย

ความพึงพอใจของลูกค้าด้านความสะดวกที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย = 3.3352) ที่มีความพึงพอใจสูงสุด โดยดูจากคะแนนเฉลี่ย คือ องค์ประกอบบริการแจ้งผลการเรียนเก็บเงินตามเช็คต่างจังหวัด

2. ตัวแปรภูมิหลังของลูกค้า คือ เพศ และระยะเวลาการเป็นลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการ ส่วนอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับรายได้ และจำนวนประเภทบัญชีเงินฝากไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการของส่วนบริการเช็คเรียกเก็บ

สมพงษ์ เกษมสิน (อ้างอิงมาจาก พฤทธิสิทธิ์ บุญทน , 2536: 17-18) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลสำหรับความพอใจในด้านบริการ พบว่า ความพอใจของลูกค้าในการให้บริการมีความแตกต่างออกไปในแต่ละบุคคล แต่ในส่วนรวมแล้วลูกค้ามีความพอใจเกิดจากการตอบสนองความต้องการอยู่คล้ายกัน ซึ่งในส่วนที่คล้ายกันนั้น พอสรุปได้ ดังนี้

1. ความมั่นคงทางธุรกิจ หมายความว่า การบริการที่สามารถทำให้ลูกค้ามีความเสี่ยงในทางธุรกิจน้อยลงอาจเป็นการบริการด้านให้คำปรึกษา แนะนำในการดำเนินหรือทำธุรกิจ

2. การได้รับการยกย่องนับถือจากผู้ให้บริการ เช่น สนับสนุน ส่งเสริม สร้างขวัญกำลังใจในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้เพราะมนุษย์ต้องการยอมรับในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของผู้มาใช้บริการ

3. การได้รับความเป็นธรรมและเสมอภาคจากการให้บริการ

4. ความนุ่มนวลและแนบเนียน การมีปิยะวาจาสุภาพเรียบร้อย ความกระตือรือร้นในการบริการเพื่อป้องกัน ไม่ให้ผู้มาขอใช้บริการเกิดความตึงเครียด ในขณะที่ใช้บริการเป็นการสร้าง สัมพันธภาพที่ดี

5. ความพอใจต่อสถานที่ให้บริการ เช่น สภาพแวดล้อม ความสะอาด การบริการมีเครื่องมือที่ทันสมัย

5. ความสะดวกรวดเร็ว ในการบริการ

6. ความต่อเนื่องและความพอเพียงของการให้บริการ

ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์ (2538: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี พบว่าผู้มาใช้บริการธนาคารมีความพึงพอใจในการมาใช้บริการอยู่ในระดับค่อนข้างพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.377 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในการมาใช้บริการ โดยแยกตามองค์ประกอบของการมาใช้บริการ พบว่า ผู้มาใช้บริการมีระดับความพึงพอใจสูงที่สุดในด้านความพึงพอใจด้านการบริการอย่างก้าวหน้า ส่วนด้านผู้มาใช้บริการมีระดับความพึงพอใจต่ำที่สุด คือ ด้านการให้บริการด้านสภาพแวดล้อม

สำหรับด้านปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการมาใช้บริการธนาคารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ได้พบในการศึกษาในครั้งนี้ คือ อาชีพ ระดับการศึกษา ของผู้มาใช้บริการ กล่าวคือ ผู้ที่มีอาชีพรับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในการมาใช้บริการต่ำกว่าผู้ประกอบอาชีพรับจ้างและธุรกิจ ผู้มีระดับการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า มีระดับความพึงพอใจในการมาใช้บริการต่ำกว่าผู้ที่มีการศึกษต่ำกว่าหรือเทียบเท่า

กับประถมศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและสูงกว่า ปริญญาตรี

พฤทธิสิทธิ์ บุญทน (2536 : 47-50) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการอย่างมีคุณภาพ เป็นการศึกษาความพึงพอใจต่อการให้บริการลูกค้าที่มีมาใช้บริการที่ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาชุมพวง จังหวัดนครราชสีมา ได้ศึกษาองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านภูมิหลังของลูกค้า ด้านสถานที่ ด้านพนักงาน และด้านบริการ ผลวิจัยสรุปได้ว่า ตัวแปรด้านอายุ การศึกษา และอาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ คือ ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาในการศึกษาค่ำ มีอายุมาก มีอาชีพเกษตรกร หรือค้าขาย มีความพึงพอใจในบริการสูงกว่าลูกค้าที่มีลักษณะอื่น การพบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรดังกล่าวกับความพึงพอใจอาจถูกตีความหมายได้ว่า ทางธนาคารมีการเลือกปฏิบัติในการให้บริการกับลูกค้าแต่ละกลุ่มไม่เหมือนกัน ซึ่งในความจริงไม่น่าเป็นเช่นนั้น คำอธิบายอีกทางหนึ่งอาจจะได้แก่ ความแตกต่างในเรื่องความคาดหวังของแต่ละกลุ่มไม่เหมือนกัน ผู้ที่มีความคาดหวังในบริการสูง ย่อมยากที่จะเอาใจหรือทำให้พึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีความคาดหวังต่ำ

สุทธิ บัณมา (2535 : 54) ได้ศึกษาวิจัยความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคาร กสิกรไทย สาขาภาพสินธุ์ โดยศึกษาจากลูกค้าที่มาใช้บริการในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2535 ความพึงพอใจของลูกค้า ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ความพึงพอใจต่อพนักงาน และการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ และด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการของธนาคาร ผลการศึกษวิจัย พบว่า ความพึงพอใจของ ลูกค้าต่อการบริการของธนาคาร กสิกรไทย สาขาภาพสินธุ์ โดยรวม และในแต่ละด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการของธนาคารเพียงด้านเดียวเท่านั้น ที่ลูกค้าพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ลูกค้าธนาคาร กสิกรไทย สาขาภาพสินธุ์ ที่ประกอบอาชีพเกษตรกรและประกอบอาชีพธุรกิจมีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารมากกว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ในด้านพนักงานและการต้อนรับ ในด้านสถานประกอบการและด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ส่วนในด้านความสะดวกที่ได้รับและในด้านฐานข้อมูลที่ได้รับจากการบริการของธนาคาร ลูกค้าแต่ละกลุ่มอาชีพมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

มณีวรรณ ดันไทย (2533 : 76) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่กองควบคุมยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กับประสิทธิภาพในการทำงานโดยวัดจากความพึงพอใจของประชาชน พบว่า พฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่กองควบคุมยา มีลักษณะไม่คำนึงถึงตัวบุคคลสูง และยิ่งการให้บริการแบบไม่คำนึงถึงตัวบุคคลมากเท่าใด ก็ยิ่งทำให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจมากเท่านั้น และการประเมินค่าระดับความพึงพอใจของประชาชนหลังจากการรับบริการ ปรากฏว่าอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง

ประกาศรี อมรสิน และชูลีพร เปี่ยมสมบูรณ์ (สุภาวดี ศรพรหม. 2541 : 34) : อ้างอิงมาจากประกาศรี อมรสิน และชูลีพร เปี่ยมสมบูรณ์. ม.ป.ป.) ได้สำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ พบว่าเหตุจูงใจในการใช้บริการธนาคาร ได้แก่ สถานที่ตั้งของธนาคารเอง ซึ่งอาจใกล้บ้านหรือที่ทำงานก็ได้ รองลงมาตามลำดับ คือ ความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ ความมั่นคงปลอดภัยของธนาคารและความประทับใจในการบริการจากพนักงานธนาคาร

อัจฉนา โทบุญ (2534 : 199) ได้ศึกษาวิจัยระดับความพึงพอใจของผู้มารับบริการงานทะเบียนราษฎร สำนักทะเบียนอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม โดยศึกษาจากประชาชนผู้มารับบริการงานทะเบียนราษฎรที่สำนักงานทะเบียนอำเภอเมืองมหาสารคามและหน่วยบริการอำเภอเคลื่อนที่ ความพึงพอใจของผู้มารับบริการงานทะเบียนราษฎรประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ ความถูกต้องของเอกสาร ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการรับบริการ ด้านความสะดวกจากระบบงานทะเบียนราษฎร ด้านความสะดวกจากอาคารสถานที่ ด้านบุคลิกลักษณะของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและด้านวิธีปฏิบัติงานให้บริการของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ผลการศึกษาวิจัย พบว่า ประชาชนผู้มารับบริการงานทะเบียนราษฎรมีความพึงพอใจการให้บริการของงานทะเบียนราษฎรโดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้มารับบริการมีความพึงพอใจในระดับมากในด้านความถูกต้องของเอกสารและด้านวิธีปฏิบัติงานให้บริการของเจ้าหน้าที่

สันติ วิริยะรังสฤษฎ์และเสริมศักดิ์ สุกรวรรณ (2534 : 185-192) ได้ศึกษาวิจัยความพึงพอใจของมาใช้บริการธนาคารในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เหตุผลที่ผู้ใช้เลือกใช้บริการจากธนาคารน้อยที่สุด เนื่องจาก ธนาคารอยู่ใกล้บ้าน สะดวกในการติดต่อ เหตุผลรองมาคือ การจ่ายเงินเดือนผ่านธนาคาร และพนักงานธนาคารให้บริการดี ธนาคารมีหลายสาขา สะดวกในการใช้บริการ และมีเครื่องบริการเงินด่วน A.T.M. นอกจากนี้ยังพบว่า สาเหตุที่ลูกค้าไม่ประทับใจ หรือไม่เกิดความพึงพอใจ ในบริการของธนาคาร

วัลลภา ชายหาด (2530 :28) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการสาธารณะด้านการรักษาความสะอาดของกรุงเทพฯ ส่วนการศึกษา ระดับความพึงพอใจของประชาชนนั้นไม่สามารถสรุปได้ว่า ประชาชนมีความพึงพอใจในการบริการ

เรืองบุญ สิริรังศรี (2535 :26) ได้ศึกษาวิจัยความพึงพอใจของผู้มารับบริการงานบัตรประจำตัวประชาชน อำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ในวัน เวลาราชการ ความพึงพอใจของผู้มารับบริการประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ความเสมอภาค ความรวดเร็ว เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ วิธีการบริการ และความสะดวกที่ได้รับ ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ประชาชนผู้รับบริการงานบัตรประจำตัวประชาชน มีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยรวมทุกด้านในระดับมาก และมีความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ทั้ง 5 ด้าน ในระดับมากเช่นเดียวกัน

วิโรจน์ สัตยสันต์สกุล พ.ด.ท. (2538:29) ศึกษาระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานีตำรวจภูธรภายหลังจากปรับโครงสร้างใหม่ : ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดฉะเชิงเทรา ในภาพรวม พบว่า มีความพึงพอใจในระดับปานกลางเรียงลำดับ คือ ความเสมอภาค ความรวดเร็ว ความเพียงพอ ความก้าวหน้า และความต่อเนื่อง สำหรับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชน โดย เพศ อายุ ระดับรายได้ ประสบการณ์ทางด้านอาชญากรรม และประสบการณ์ด้านการติดต่อราชการที่สถานีตำรวจไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

เกษมศักดิ์ วิชิตะกุล (2545:59-61) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าช้าง จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร ด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านความสะอาด และด้านการประชาสัมพันธ์ โดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก

ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการทุกด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการทุกด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านพนักงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ลูกค้าที่ใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการทุกด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

บุษบง บุญจนาค (2545 : 61-62) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคาร ด้านพนักงาน ด้านบริการทั่วไป ด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ลูกค้าที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านพนักงาน ด้านบริการทั่วไป ด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ลูกค้าที่ใช้บริการประเภทต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการโดยรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านพนักงานแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

สตีแพค (Stipak 1979 : 46-52) ได้ทำการวิจัยในลอสแอนเจลิส เพื่อทดสอบว่าบริการที่จัดหาโดยหน่วยงานการปกครองท้องถิ่นมีส่วนกระทบต่อการให้บริการหรือไม่โดยใช้ข้อมูลด้านปัจเจกบุคคล สัมมะโนประชากร การบริการและอื่น ๆ เพื่อนำมาใช้กับตัวแบบในการประเมินทางด้านลักษณะของการบริการ ลักษณะของผู้ให้บริการ ลักษณะของแต่ละบริเวณ และลักษณะของปัจเจกบุคคล เกณฑ์การประเมินด้านอัตวิสัย (Subjective Evaluation Scales) สร้างขึ้นจากการสำรวจสอบถามความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริการ ทางด้านตำรวจ สาธารณะ การกำจัดขยะ และบริการอื่น ๆ ส่วนเกณฑ์การประเมินด้านวัตถุวิสัย (Objective Characteristics) พิจารณาจากจำนวนตัวเลข เช่น อัตราการปราบปรามของตำรวจ อัตราของทรัพย์สินที่ได้กับดิน ค่าใช้จ่ายต่อหัวและอัตราการเกิดอาชญากรรม แต่ตัวเลขดังกล่าวนี้ไม่ก่อนมีความสำคัญพอที่จะบ่งบอกได้ว่าลักษณะของการบริการนั้น มีส่วนกระทบต่อการประเมินการให้บริการในขณะเดียวกัน การประเมินทางด้านอัตวิสัยก็มีข้อจำกัด เนื่องจากประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของบริการนั้นน้อย เพราะจากการวิจัยทางด้านสาธาณมิติ พบว่า ประชาชนมีความรู้ในสิ่งที่เกี่ยวกับรัฐบาล และกิจกรรมของรัฐบาล

บูมาน และนอร์มาน (Borman and Norman. 1975 : 113-121) ทำการศึกษาทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยไวโอมิง พบว่า การให้บริการสาธารณะในภาครัฐบาลยังมีความคล่องตัวน้อยกว่าการให้บริการสาธารณะในภาคเอกชนและไม่ควรจะมีลักษณะของงานแบบประจำ (Routine หรือ Day-to-Day) อีกต่อไป คุณภาพของผู้ปฏิบัติงานหรือผู้ให้บริการนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้องค์การหรือหน่วยงานบรรลุเป้าหมายได้โดยจะต้องมีการแก้ไขภาพพจน์ที่ไม่ดีของการจ้างงานให้ดีขึ้น ด้วยวิธีการสร้างแรงจูงใจ เริ่มแรก คือ จะต้องมีการปรับปรุงมาตรฐานในการสรรหาบุคคลเข้ามาทำงานให้มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ดี สร้างความกระตือรือร้นให้เกิดขึ้นในการทำงาน จะต้องมีการสร้างรูปแบบที่เป็นมาตรฐานในการให้บริการสาธารณะ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสวัสดิการ นันทนาการหรือด้านอนามัย ประเด็นสำคัญ คือ จะต้องทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจในงานที่ทำด้วย ไม่เช่นนั้นแล้วความล้มเหลวที่เกิดขึ้นจะเป็นภาพสะท้อนให้เห็นถึงระบบการบริการและระบบการเมืองที่ไร้ประสิทธิภาพได้เช่นกัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัยและค้นคว้า

ในการศึกษาค้นคว้าวิจัย เรื่องความคิดเห็นของลูกค้ายที่มีต่อการบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้ายที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ไม่สามารถระบุจำนวนได้

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของผู้มาใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากผู้มาใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จากตารางสุ่มของ Taro Yamane โดยให้เกิดความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 และกำหนดความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยแจกแบบสอบถาม 5 วันทำการ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นคำถามข้อมูลทั่วไปด้านภูมิหลังของลูกค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ประกอบด้วย

- 1 เพศ
- 2 อาชีพ

3 ระดับการศึกษา

4 ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า

5 ประเภทที่ใช้บริการ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร กรุงไทย จำกัด(มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ โดยข้อความที่สร้างขึ้น ครอบคลุม 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านอาคารสถานที่

2. ด้านพนักงาน

3. ด้านการให้บริการ

4. ด้านประชาสัมพันธ์

โดยกำหนดเกณฑ์ซึ่งเป็นแบบสอบถามประมาณค่า 5 ตัวเลือก จากระดับความคิดเห็นมากที่สุด ไปถึงน้อยที่สุด คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของผู้มาใช้บริการกับธนาคาร กรุงไทย จำกัด(มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยจะมีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

1. ศึกษาตำรา เอกสาร ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมข้อมูลและรายละเอียดต่าง ๆ ถึงวิธีการทำวิจัยและให้ครอบคลุมกรอบความมุ่งหมายของความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

2. ประมวลเนื้อหาสาระให้ครอบคลุมขอบข่ายที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน คือ ด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านการให้บริการ และด้านประชาสัมพันธ์ แล้วร่างแบบสอบถามตามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ เพื่อให้สอดคล้องกับนิยามศัพท์

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข จากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพรีร์ ลิ้มไทย รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตนะ และอาจารย์ภัทรา เรืองสินภิญญา พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) การใช้ภาษา และความสมบูรณ์ของเครื่องมือ

4. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์พิจารณาอีกครั้ง แล้วนำมาแก้ไขให้สมบูรณ์ นำแบบสอบถามไปทดลอง

ใช้ (Try Out) กับลูกค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าช้าง ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ด้วยตนเอง

5. นำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่น

5.1 ค่าอำนาจจำแนก (Discrimination) ของแบบสอบถามเป็นรายข้อ โดยการทดสอบค่า (t-test) คัดเลือกแบบสอบถามที่มีค่าอำนาจจำแนกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ของ Cronbach. ได้ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ 0.96

6. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ แล้วนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มทดลอง เมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2545

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. ขออนุญาตรับรองจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือจากผู้จัดการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในการนำแบบสอบถามให้ลูกค้ากรอกและเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้ระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูล 5 วันทำการ ระหว่างวันที่ 9 - 16 ธันวาคม 2545

2. นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลด้วยตนเอง

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาวิเคราะห์โดยดำเนินการ ดังนี้

1. ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยหาค่าร้อยละ

2. ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นรายข้อ รายด้าน การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยโดยถือเกณฑ์ขอบเขตของคะแนน ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51- 5.00 หมายถึงลูกค้าเห็นว่าการบริการมีความเหมาะสมมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51- 4.50 หมายถึง ลูกค้าเห็นว่าการบริการมีความเหมาะสมมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51- 3.50 หมายถึงลูกค้าเห็นว่าการบริการมีความเหมาะสมปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51- 2.50 หมายถึง ลูกค้าเห็นว่าการบริการมีความเหมาะสมน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 -1.50 หมายถึงลูกค้าเห็นว่าการบริการมีความเหมาะสมน้อยที่สุด

3. ทดสอบสมมติฐานความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติค่าที (t- test) และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – Way Analysis of Variance)

4. ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 3 เกี่ยวกับข้อเสนอแนะของผู้มาใช้ วิเคราะห์โดยหาค่าความถี่

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. สถิติพื้นฐาน

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ใช้สูตร (Ferguson.1981:1)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย
 $\sum \bar{X}$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 N แทน จำนวนสถิติในกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สูตร (Ferguson. 1981:68)

$$S.D. = \sqrt{\frac{N\sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 X^2 แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละระดับยกกำลังสอง
 $(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 N แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติสำหรับวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือ

2.1 การหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามโดยใช้สูตร

$$t = \frac{\overline{x_H} - \overline{x_L}}{\sqrt{\frac{S_H^2}{n_H} + \frac{S_L^2}{n_L}}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา ใน t-distribution
	X_H, X_L	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มคะแนนสูง และคะแนนต่ำตามลำดับ
	S_H^2, S_L^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มคะแนนสูงและคะแนนต่ำตามลำดับ
	n_H, n_L	แทน	จำนวนข้อมูลในกลุ่มคะแนนสูง และคะแนนต่ำ ตามลำดับ

2.2 ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์. 2545 : 131)

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right]$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
	K	แทน	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
	S_i^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนเป็นรายข้อ
	S^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับ

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน

3.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม โดยใช้ค่าของสถิติในการทดสอบค่า t (Walpole and Myers. 1993:323) ซึ่งการวิจัยนี้จะใช้ค่า t ที่ได้จากการวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าที่พิจารณาใน t-distribution
	$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่หนึ่ง
	$\bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่สอง
	S_1^2	แทน	ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่หนึ่ง
	S_2^2	แทน	ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่สอง
	n_1	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่างที่หนึ่ง
	n_2	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่างที่สอง

3.2 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่าสองกลุ่มขึ้นไป โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Analysis of Variance) คำนวณจากสูตร (Ferguson: 1966:290)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ	F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F-distribution
	MS_b	แทน	ความแปรปรวน (Mean square) ระหว่างกลุ่ม
	MS_w	แทน	ความแปรปรวน (Mean square) ภายในกลุ่ม

ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบรายคู่ โดยวิธีของ Tukey – Kramer Test

$$q_{TK} = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{MS_E \left[\frac{1}{N_1} + \frac{1}{N_2} \right]}}$$

เมื่อ	$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่หนึ่ง
	$\bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่สอง
	N_1	แทน	จำนวนสมาชิกของกลุ่มที่ 1
	N_2	แทน	จำนวนสมาชิกของกลุ่มที่ 2
	MS_E	แทน	Mean Square Error

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้แทนความหมายของข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	=	จำนวนลูกค้าในกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	=	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	=	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	=	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t – distribution
F	=	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F – distribution
df	=	ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (Degrees of Freedom)
ss	=	ผลรวมของคะแนนค่าความเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	=	ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนค่าความเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of squares)
*	=	มีนัยสำคัญของสถิติที่ระดับ .05
**	=	มีนัยสำคัญของสถิติที่ระดับ .01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 หาค่าจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า และประเภทที่ใช้บริการ

ตอนที่ 2 หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามตัวแปรที่ศึกษาทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านการให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์

ตอนที่ 3 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามตัวแปรที่ศึกษาทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านการให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามเพศ อาชีพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า และประเภทที่ใช้บริการ

ตอนที่ 4 รวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 หาค่าจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อาชีพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า และประเภทที่ใช้บริการ ดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 หาค่าจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อาชีพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า และประเภทที่ใช้บริการ

ข้อมูลส่วนตัว	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	160	40.00
1.2 หญิง	240	60.00
รวม	400	100.00
2. อาชีพ		
2.1 รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	270	67.50
2.2 ประกอบธุรกิจส่วนตัว	57	14.30
2.3 รับจ้าง / พนักงานบริษัท	73	18.30
รวม	400	100.00
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	152	38.00
3.2 ปริญญาตรี	248	62.00
รวม	400	100.00
4. ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า		
4.1 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 ปี	45	11.30
4.2 3 – 5 ปี	66	16.50
4.3 มากกว่า 5 ปี	289	72.30
รวม	400	100.00
5. ประเภทที่ใช้บริการ		
5.1 ด้านเงินฝาก	282	70.50
5.2 ด้านสินเชื่อ	118	29.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 1 แสดงว่า ลูกค้าเพศชาย จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และ เพศหญิง จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00

ลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.30 และอาชีพรับจ้าง และพนักงานบริษัท จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.30

ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 และปริญญาตรี จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00

ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่เป็นลูกค้าน้อยกว่าหรือเทียบเท่า 2 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่เป็นลูกค้า 3 – 5 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 และลูกค้าที่มีระยะเวลาที่เป็นลูกค้ามากกว่า 5 ปี จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.30

ลูกค้าประเภทที่ใช้บริการด้านเงินฝากจำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 70.50 และ ลูกค้าประเภทที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50

ตอนที่ 2 หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามตัวแปรที่ศึกษาทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านการให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ ดังแสดงในตาราง 2 – 11

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน

ความคิดเห็นของลูกค้าในด้าน	$\bar{X}$	S.D.	การแปลความหมาย : ระดับความเหมาะสม
1. ด้านอาคารสถานที่	3.71	0.61	มาก
2. ด้านพนักงาน	3.66	0.76	มาก
3. ด้านการให้บริการ	3.76	0.63	มาก
4. ด้านการประชาสัมพันธ์	3.59	0.62	มาก
รวม	3.68	0.59	มาก

จากตาราง 2 แสดงว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการให้บริการโดยรวมและรายด้านว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการให้บริการ ($\bar{X} = 3.76$)

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ด้านอาคารสถานที่ โดยรวมและรายข้อ

ด้านอาคารสถานที่	$\bar{X}$	S.D.	การแปลความหมาย : ระดับความเหมาะสม
1. ทำเลที่ตั้งของธนาคารสะดวกต่อการมาติดต่อ	4.24	0.81	มาก
2. ความสะอาดของธนาคาร	4.09	0.73	มาก
3. การจัดตกแต่งสถานที่สวยงาม	3.80	0.79	มาก
4. ความสะอาดของห้องน้ำ	3.64	0.77	มาก
5. ความปลอดภัยในการเข้ามาใช้บริการ	3.84	0.84	มาก
6. ความชัดเจนของป้ายบอกประเภทการให้บริการ ของธนาคาร	3.86	0.82	มาก
7. มีป้ายแนะนำการให้บริการต่าง ๆ อย่างชัดเจน	3.77	0.83	มาก
8. ที่นั่งรอรับบริการของลูกค้ามีจำนวนเพียงพอ	3.39	1.00	ปานกลาง
9. มีสิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการ เช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสาร เพียงพอ	3.38	0.95	ปานกลาง
10. การบริการสถานที่จอดรถจำนวนเพียงพอ	3.09	1.04	ปานกลาง
รวม	3.71	0.61	มาก

จากตาราง 3 แสดงว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการให้บริการด้านอาคารสถานที่ว่ามีความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 8 ที่นั่งรอรับบริการของลูกค้ามีจำนวนเพียงพอ ข้อ 9 มีสิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการ เช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสาร เพียงพอ และข้อ 10 การบริการสถานที่จอดรถจำนวนเพียงพอ ลูกค้ามีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนข้ออื่น ๆ ลูกค้ามีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ด้านพนักงานโดยรวมและรายข้อ

ด้านพนักงาน	$\bar{X}$	S.D.	การแปลความหมาย : ระดับความเหมาะสม
1. ความกระตือรือร้นและความรวดเร็วในการบริการ	3.53	0.90	มาก
2. ความเอาใจใส่และความรับผิดชอบในการบริการ	3.55	0.91	มาก
3. ความมีมารยาทและอัธยาศัยของพนักงาน	3.52	0.99	มาก
4. มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ	3.82	0.81	มาก
5. การตอบข้อซักถามและแนะนำบริการมีความชัดเจน	3.64	0.92	มาก
6. พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อยและเหมาะสม	4.03	0.77	มาก
7. พนักงานพูดจาสุภาพเรียบร้อย	3.60	0.97	มาก
8. พนักงานแก้ไขปัญหให้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง	3.65	0.86	มาก
9. พนักงานมีความพร้อมในการปฏิบัติงาน	3.74	0.87	มาก
10. พนักงานปฏิบัติงานให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจ	3.51	0.94	มาก
รวม	3.66	0.76	มาก

จากตาราง 4 แสดงว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการให้บริการด้านพนักงาน ว่ามีความเหมาะสมโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ด้านการให้บริการโดยรวมและรายข้อ

ด้านการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลความหมาย : ระดับความเหมาะสม
1. ท่านสามารถรับบริการได้ในเวลาที่เหมาะสม	3.70	0.78	มาก
2. การจัดพนักงานในการให้บริการลูกค้าจำนวนเพียงพอ	3.44	0.83	ปานกลาง
3. การบริการแก่ลูกค้าเป็นไปอย่างต่อเนื่องไม่ติดขัด	3.63	0.81	มาก
4. ให้บริการแก่ลูกค้าตามลำดับการมาก่อน – หลัง	4.15	0.76	มาก
5. การบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน	3.81	0.90	มาก
6. แบบฟอร์มการฝาก – ถอนและอุปกรณ์เครื่องเขียนจัดเตรียมไว้บริการอย่างเพียงพอ	3.93	0.82	มาก
7. บริการฝาก – ถอน ใ้ได้อย่างถูกต้อง	4.00	0.79	มาก
8. มีป้ายสัญลักษณ์แจ้งลูกค้าอย่างชัดเจน	3.78	0.82	มาก
9. ความรวดเร็วในการให้บริการฝาก – ถอนเงิน	3.67	0.84	มาก
10 มีการให้บริการแลกเหรียญและธนบัตรตามความต้องการของลูกค้า	3.50	0.90	ปานกลาง
รวม	3.76	0.63	มาก

จากตาราง 5 แสดงว่าลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการให้บริการด้านการให้บริการ ว่ามีความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 2 การจัดพนักงานในการให้บริการลูกค้าจำนวนเพียงพอ และข้อ 10 มีการให้บริการแลกเหรียญและธนบัตรตามความต้องการของลูกค้า ลูกค้ามีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนข้ออื่น ๆ ลูกค้ามีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยรวมและรายข้อ

ด้านการประชาสัมพันธ์	$\bar{X}$	S.D.	การแปลความหมาย : ระดับความเหมาะสม
1. ข้อมูลที่ได้รับจากธนาคารมีความถูกต้องแม่นยำ เชื่อถือได้	3.73	0.75	มาก
2. ธนาคารได้จัดรูปแบบในการบริการต่างๆ แก่ลูกค้า ลูกค้าสามารถเข้าใจได้ง่าย	3.63	0.74	มาก
3. ธนาคารได้มีการจัดบอร์ดข้อมูลข่าวสาร ของธนาคารไว้อย่างเหมาะสม	3.55	0.74	มาก
4. ธนาคารได้จัดเตรียมหนังสือพิมพ์ วารสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆไว้บริการลูกค้าอย่างเหมาะสม	3.52	0.79	มาก
5. แผ่นพับของธนาคารมีมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการ	3.67	0.81	มาก
6. มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อ หนังสือพิมพ์วิทยุ และโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง	3.40	0.88	ปานกลาง
7. ป้ายสัญลักษณ์ของธนาคารมองเห็นชัดเจน	3.88	0.77	มาก
8. ความชัดเจนได้รับข่าวสารทางตู้เอทีเอ็ม	3.66	0.84	มาก
9. การบริการตอบปัญหาและข้อสงสัยทางโทรศัพท์มีความชัดเจนและเหมาะสม	3.54	0.81	มาก
10. การช่วยเหลือทางสังคมในรูปแบบต่าง ๆ เช่น คนพิการ, มูลนิธิต่าง ๆ	3.32	0.86	ปานกลาง
รวม	3.59	0.62	มาก

จากตาราง 6 แสดงว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการให้บริการด้านประชาสัมพันธ์ ว่ามีความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 6 มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อ หนังสือพิมพ์วิทยุ และโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง และข้อ 10 การช่วยเหลือทางสังคมในรูปแบบต่าง ๆ เช่น คนพิการ, มูลนิธิต่าง ๆ ลูกค้ามีความคิดเห็นว่ามี ความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนข้ออื่น ๆ ลูกค้ามีความคิดเห็นว่ามี ความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 3 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามตัวแปรที่ศึกษาทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านการให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตาม เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า และประเภทที่ใช้บริการ ดังแสดงในตาราง 7 - 11

ตาราง 7 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริการให้ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี เมื่อจำแนกตามเพศ โดยรวมและรายด้าน

ความคิดเห็นของลูกค้าในด้าน	เพศ				t
	ชาย (N = 160)		หญิง (N=240)		
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
1. ด้านอาคารสถานที่	3.76	0.58	3.67	0.62	1.40
2. ด้านพนักงาน	3.79	0.74	3.57	0.75	2.93**
3. ด้านการให้บริการ	3.80	0.63	3.73	0.63	1.07
4. ด้านการประชาสัมพันธ์	3.64	0.62	3.56	0.61	1.24
รวม	3.75	0.58	3.63	0.59	1.91

จากตาราง 7 แสดงว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านพนักงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 8 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร
กรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตาม อาชีพ โดยรวมและ
รายด้าน

ความคิดเห็น ของลูกค้าในด้าน	แหล่งความ แปรปรวน	Df	S	MS	F
1. ด้านอาคารสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	2	1.48	0.74	2.02
	ภายในกลุ่ม	397	145.24	0.36	
	รวม	399	146.72		
2. ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	2	2.60	1.30	2.29
	ภายในกลุ่ม	397	225.36	0.57	
	รวม	399	227.95		
3. ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.89	0.44	1.11
	ภายในกลุ่ม	397	157.82	0.40	
	รวม	399	158.71		
4. ด้านการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	2	0.10	0.05	0.12
	ภายในกลุ่ม	397	152.30	0.38	
	รวม	399	152.40		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	1.03	0.52	1.50
	ภายในกลุ่ม	397	136.91	0.34	
	รวม	399	137.95		

จากตาราง 8 แสดงว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการโดยรวมและ
รายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 9 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริการให้ของธนาคาร
กรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา
โดยรวมและรายด้าน

ความคิดเห็นของลูกค้าในด้าน	ระดับการศึกษา				t
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		
	(N = 152)		(N=248)		
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
1. ด้านอาคารสถานที่	3.73	0.62	3.70	0.60	0.49
2. ด้านพนักงาน	3.73	0.73	3.61	0.77	1.57
3. ด้านการให้บริการ	3.79	0.64	3.74	0.62	0.78
4. ด้านการประชาสัมพันธ์	3.62	0.65	3.57	0.60	0.77
รวม	3.71	0.60	3.65	0.58	0.96

จากตาราง 9 แสดงว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการให้บริการโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 10 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการธนาคาร
กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตาม ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า
โดยรวมและรายด้าน

ความคิดเห็น ของลูกค้าในด้าน	แหล่งความ แปรปรวน	Df	S	MS	F
1. ด้านอาคารสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	2	0.35	0.17	0.47
	ภายในกลุ่ม	397	146.37	0.37	
	รวม	399	146.72		
2. ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	2	0.86	0.43	0.75
	ภายในกลุ่ม	397	227.10	0.57	
	รวม	399	227.95		
3. ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.10	0.05	0.13
	ภายในกลุ่ม	397	158.60	0.40	
	รวม	399	158.71		
4. ด้านการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	2	0.51	0.25	0.66
	ภายในกลุ่ม	397	151.89	0.38	
	รวม	399	152.40		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.27	0.14	0.40
	ภายในกลุ่ม	397	137.67	0.35	
	รวม	399	137.95		

จากตาราง 10 แสดงว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่เป็นลูกค้าต่างกันมีความคิดเห็นต่อการ
ให้บริการโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 11 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริการให้ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี เมื่อจำแนกตามประเภทที่ใช้บริการโดยรวมและรายด้าน

ความคิดเห็นของลูกค้าในด้าน	ประเภทที่ใช้บริการ				t
	ด้านเงินฝาก		ด้านสินเชื่อ		
	(N = 282)		(N=118)		
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
1. ด้านอาคารสถานที่	3.68	0.62	3.78	0.57	1.60
2. ด้านพนักงาน	3.61	0.78	3.77	0.68	1.91*
3. ด้านการให้บริการ	3.71	0.66	3.87	0.55	2.36**
4. ด้านการประชาสัมพันธ์	3.56	0.62	3.67	0.61	1.61
รวม	3.64	0.60	3.77	0.54	2.08*

จากตาราง 11 แสดงว่า ลูกค้าที่เป็นประเภทการใช้บริการต่างกันมีความคิดเห็นต่อการให้บริการโดยรวมและด้านพนักงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอาคารสถานที่และด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตอนที่ 4 รวบรวมข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ
ธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

ตาราง 12 รวบรวมข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

ลำดับที่	ข้อเสนอแนะ	ความถี่
	ด้านอาคารสถานที่	
1.	ที่จอดรถให้มีร่มเงาบังแดด ให้มีพนักงาน จัดระเบียบการจอดรถ	68
2.	สถานที่คับแคบในวันที่รับเงินเดือน	9
3.	สินเชื่อยุ่ด้านบนเหมือนเดิมดีกว่า	1
4.	ที่ตั้งธนาคารไม่เหมาะสม	1
	ด้านพนักงาน	
1.	ควรบริการลูกค้าด้วยความยิ้มแย้ม	33
2.	ให้การเป็นกันเองกับลูกค้าให้มาก	3
3.	การแต่งกายวันศุกร์ให้เป็นผ้าไทย	2
	ด้านการให้บริการ	
1.	ควรเพิ่มพนักงานในช่วงที่มีลูกค้ามาก	16
2.	ควรมีพนักงานให้คำแนะนำกับผู้ใช้บริการ	10
3.	ควรให้บริการด้วยความเสมอภาค	3
4.	เพิ่มตู้ เอ.ที.เอ็ม.ให้มากขึ้น	7
5.	ควรมีของชำร่วยให้กับลูกค้า	3
	ด้านการประชาสัมพันธ์	
1.	ให้ธนาคารแจ้งข้อมูลข่าวสารกับผู้ใช้บริการโดยตรง อย่างทั่วถึง และเท่าเทียมกัน	9
2.	ข่าวสาร ข้อมูลของธนาคารควรจัดไว้นอกอาคาร	3
3.	ควรจัดกิจกรรมเสริมประชาสัมพันธ์ ในวันสำคัญ ๆ ของ ธนาคาร อย่างน้อยปีละครั้ง	3
4.	ควรมีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อท้องถิ่นบ้าง	3

จากตารางลูกค้าให้ข้อเสนอแนะในด้านต่าง ๆ เพิ่มเติมดังนี้

1. ด้านอาคารสถานที่ ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุด คือ ที่จอดรถให้มีริมเงาบังแดด และควรมีพนักงานจัดระเบียบการจอดรถ รองลงมา คือ สถานที่คับแคบในวันที่รับเงินเดือน สิ้นเชื่ออยู่ด้านบนเหมือนเดิมดีกว่า ที่ตั้งธนาคารไม่เหมาะสม
2. ด้านพนักงาน ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุด คือ ควรบริการลูกค้าด้วยความยิ้มแย้ม รองลงมา คือ ให้การเป็นกันเองกับลูกค้าให้มาก การแต่งกายวันศุกร์ให้เป็นผ้าไทย
3. ด้านการให้บริการ ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุด คือ ควรเพิ่มพนักงานในช่วงที่มีลูกค้ามาก รองลงมา คือ ควรมีพนักงานให้คำแนะนำกับผู้ใช้บริการ ควรให้บริการด้วยความเสมอภาค เพิ่มตู้ เอ.ที.เอ็ม.ให้มากขึ้น ควรมีของชำร่วยให้กับลูกค้า
4. ด้านการประชาสัมพันธ์ ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุด คือ ให้ธนาคารแจ้งข้อมูลข่าวสารกับผู้ใช้บริการโดยตรง อย่างทั่วถึง และเท่าเทียมกัน รองลงมา คือ ข่าวสาร ข้อมูลของธนาคารควรจัดไว้นอกอาคาร ควรจัดกิจกรรมเสริมประชาสัมพันธ์ ในวันสำคัญ ๆ ของธนาคาร อย่างน้อยปีละครั้ง ควรมีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อท้องถิ่นบ้าง

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายสำคัญเพื่อศึกษา ความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งสรุปสาระสำคัญและผลการศึกษาค้นคว้า ตามลำดับต่อไปนี้

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านการให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านการให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามเพศ อาชีพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่เป็นลูกค้ำ และประเภทที่ใช้บริการ

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

ผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ นำไปใช้ประโยชน์ ดังต่อไปนี้

เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ำมากขึ้น

สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า

1. ลูกค้ำที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน แตกต่างกัน
2. ลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้านแตกต่างกัน
3. ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้านแตกต่างกัน
4. ลูกค้ำที่มีระยะเวลาเป็นลูกค้ำต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้านแตกต่างกัน

5. ลูกค้าที่ใช้บริการประเภทต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน แตกต่างกัน

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

ประชากร

ประชากร ประชากรที่ทำการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มีใช้บริการกับธนาคารกรุงไทยจำกัด(มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ไม่สามารถระบุจำนวนได้

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการกับธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางการสุ่มของ Taro Yamane โดยให้เกิดความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 และกำหนดความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยแจกแบบสอบถาม 5 วันทำการ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากตำราเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาประมวลสร้างเป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามข้อมูลทั่วไปด้านภูมิหลังของลูกค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า และประเภทที่ใช้บริการ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ใน 5 ด้าน คือ ด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านการให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 40 ข้อ และได้ค่าความเชื่อมั่น (โดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค) ทั้งฉบับ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบสอบถามให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการให้บริการ ด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านการให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือจากผู้จัดการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในการนำแบบสอบถามให้ลูกค้ากรอกและเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้ระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 9 ธันวาคม 2545 ถึง 16 ธันวาคม 2545 รวม 5 วันทำการ
2. นำแบบสอบถามไปแจกให้กลุ่มตัวอย่าง และได้เก็บรวบรวมแบบสอบถามกับคืนมา
3. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาคัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 400 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺ (Statistical/Package the Social Sciences / Personal Computer Plus) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูล ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับภูมิหลังของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยคำนวณค่าความถี่และร้อยละ
2. วิเคราะห์ข้อมูล ความคิดเห็นของลูกค้า ที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านการให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ โดยการหาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ แปลความหมายของข้อมูล โดยใช้เกณฑ์การประมาณค่าดังนี้
 - ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง ลูกค้าเห็นว่าการบริการมีความเหมาะสมน้อยที่สุด
 - ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง ลูกค้าเห็นว่าการบริการมีความเหมาะสมน้อย
 - ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง ลูกค้าเห็นว่าการบริการมีความเหมาะสมปานกลาง
 - ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง ลูกค้าเห็นว่าการบริการมีความเหมาะสมมาก
 - ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง ลูกค้าเห็นว่าการบริการมีความเหมาะสมมากที่สุด
3. เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้า จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา และประเภทที่ใช้บริการ โดยใช้สถิติทดสอบค่าที (t – test) และสถิติทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม จำแนกตาม อาชีพ ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว โดยใช้ F – test (แบบ One – way Analysis of Variance) ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ใช้วิธีทดสอบของ Tukey – Kramer Test)

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาค้นคว้า สรุปได้ดังนี้

1. สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (60.00%) มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (67.50%) รองลงมารับจ้าง/พนักงานบริษัท ประกอบธุรกิจส่วนตัว ตามลำดับ ลูกค้าส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (62.00%) มีระยะเวลาที่เป็นลูกค้ามากกว่า 5 ปี (72.30%) รองลงมา 3 – 5 ปี น้อยกว่าหรือเทียบเท่า 2 ปี ตามลำดับ ลูกค้าประเภทที่ใช้บริการส่วนใหญ่ด้านเงินฝาก (70.50%) และด้านสินเชื่อ (29.50%)

2. ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี มีความเหมาะสมโดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

2.1 ด้านอาคารสถานที่ ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคาร ว่ามีความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการให้บริการ ว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง คือ ที่นั่งรอรับบริการของลูกค้ามีจำนวนเพียงพอ มีสิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการ เช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารเพียงพอ และการบริการสถานที่จอดรถจำนวนเพียงพอ ส่วนข้ออื่น ๆ ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการให้บริการ ว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

2.2 ด้านพนักงาน ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคาร ว่ามีความเหมาะสมโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดคือ พนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย และเหมาะสม ($\bar{X} = 4.03$)

2.3 ด้านการให้บริการ ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคาร ว่ามีความเหมาะสมโดยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการให้บริการ ว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง คือ การจัดพนักงานในการให้บริการลูกค้าจำนวนเพียงพอ และมีการให้บริการแลกเปลี่ยนและธนบัตรตามความต้องการของลูกค้า

2.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ ลูกค้าที่มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคาร ว่ามีความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ลูกค้ามีความคิดเห็น ว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง และการช่วยเหลือทางสังคมในรูปแบบต่าง ๆ เช่น คนพิการ มูลนิธิต่าง ๆ ส่วนข้ออื่น ๆ ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการให้บริการ ว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

3. ผลจากการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านการให้บริการ และด้านการ

ประชาสัมพันธุ์ จำแนกตามเพศ อาชีพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า และประเภทที่ใช้บริการ ปรากฏผลดังนี้

3.1 ลูกค้าเพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคาร โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และผลของการพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคาร ด้านพนักงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านอาคารสถานที่ ด้านการให้บริการ และด้านประชาสัมพันธ์ ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคาร แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยที่ลูกค้าเพศชาย มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารสูงกว่าเพศหญิง

3.2 ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคาร โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคาร ด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านการให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.3 ลูกค้าที่ระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคาร โดยรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้าที่ระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคาร ด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านการให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยที่ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นสูงกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี

3.4 ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่เป็นลูกค้าต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคาร โดยรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่เป็นลูกค้าต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคาร ด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านการให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.5 ลูกค้าประเภทใช้บริการต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคาร โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล สอดคล้องกับ

สมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ลูกค้าประเภทใช้บริการต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคาร ด้านพนักงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลูกค้าประเภทใช้บริการต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคาร ด้านการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และลูกค้าประเภทการให้บริการต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคาร ด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยที่ลูกค้าประเภทที่ให้บริการด้านสินเชื่อ มีความคิดเห็นต่อการให้บริการสูงกว่าลูกค้าประเภทที่ให้บริการด้านเงินฝาก

4. การรวบรวมข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการให้บริการของลูกค้าในด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านการให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ จากแบบสอบถามปลายเปิด จำนวน 4 ข้อ โดยใช้วิธีการนำเสนอในรูปความถี่ ประกอบความเรียง จากข้อ คำถามปลายเปิด ปรากฏผลดังนี้

1.1 ความคิดเห็นที่มีความถี่สูงสุดในแต่ละด้าน โดยลูกค้าได้แสดงความคิดเห็นด้านอาคารสถานที่ ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุด คือ สถานที่จอดรถให้มีร่มเงาบังแดด และควรมีพนักงานจัดระเบียบการจอดรถ รองลงมาคือ สถานที่เก็บแบคในวันที่ได้รับเงินเดือน สินเชื่ออยู่ด้านบนเหมือนเดิมดีกว่า และ ที่ตั้งธนาคารไม่เหมาะสม

1.2 ด้านพนักงาน ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุด คือ ควรบริการลูกค้าด้วยความยิ้มแย้ม รองลงมาคือ ให้การเป็นกันเองกับลูกค้าให้มาก การแต่งกายวันศุกร์ควรให้เป็นผ้าไทย

1.3 ด้านการให้บริการ ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุด คือ ควรเพิ่มพนักงานในช่วงที่มีลูกค้ามาก รองลงมาคือ ควรมีพนักงานให้คำแนะนำกับผู้ใช้บริการ ควรให้การบริการด้วยความเสมอภาค เพิ่มตู้ เอ.ที.เอ็ม.ให้มากขึ้น และควรมีของชำร่วยให้กับลูกค้า

1.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุด คือ ให้ธนาคารแจ้งข้อมูลข่าวสารกับผู้ใช้บริการโดยตรง อย่างทั่วถึง และเท่าเทียมกัน รองลงมา คือ ข่าวสารข้อมูล ควรจัดไว้นอกอาคาร ควรจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในวันสำคัญ ๆ ของธนาคาร อย่างน้อยปีละครั้ง และควรมีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อท้องถิ่นบ้าง

การอภิปรายผล

จากการสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูล สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม ว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1.1 ด้านอาคารสถานที่

ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคาร ด้านอาคารสถานที่ ว่ามีความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ทำเลที่ตั้งของธนาคารสะดวกต่อการมาติดต่อ ตัวอาคารมีความสะอาด มีความชัดเจนของป้ายบอกประเภทการให้บริการของธนาคาร และมีความปลอดภัยในการเข้ามาใช้บริการของลูกค้า ดังนั้นในด้านอาคารสถานที่ จึงพบว่าลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการให้บริการ ว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก มณีวรรณ ต้นไทย (2533 : 66 – 69) ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจในการได้รับการบริการไว้ว่า เป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับบริการในด้านต่าง ๆ ดังนี้คือ ด้านคุณภาพของการบริการ ด้านข้อมูล ด้านความสะอาด และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ดังนั้น ด้านอาคารสถานที่ของธนาคารกรุงไทย การจัดตกแต่งสถานที่สวยงาม มีป้ายแนะนำการให้บริการต่าง ๆ อย่างชัดเจน มีห้องน้ำสะอาด และข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คือ ที่นั่งรอรับบริการของลูกค้ามีจำนวนเพียงพอ มีสิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการ เช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสาร เพียงพอ การบริการสถานที่จอดรถเพียงพอ และ สุทธิ บันมา (2535 : 9 อ้างใน ปฐมพงศ์ ปราณี ประชาราษฎร์ 2543 : 9) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาภาพสินธุ์ คือความรู้สึกที่ดี ที่ชอบ พอใจหรือประทับใจที่เกิดขึ้นเพื่อมาใช้บริการซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านความสะอาดที่ได้รับ ด้านข้อมูล และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นิคม สอาดเอี่ยม (2539 : 66 – 69) พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาซีคอนสแควร์ ด้านสถานที่ ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และข้อที่มีความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ สถานที่ตั้งของธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เกษมศักดิ์ วิชิตะกุล (2545 : 59) พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าช้าง จังหวัดเพชรบุรี ด้านอาคารสถานที่ ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และข้อที่มีความพึงพอใจมาก คือ ความสะอาดของอาคาร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุษบง ภูญเณนาค (2545 : 61) ที่พบว่า ความพึงพอใจ

ของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร ด้านอาคารสถานที่มากที่สุด คือ สภาพตัวอาคารของธนาคารใหญ่โต

อย่างไรก็ตาม ลูกค้าส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคาร ว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง คือ ที่นั่งรอรับบริการของลูกค้าไม่เพียงพอ มีสิ่งอำนวยความสะดวก ขณะรอรับบริการ เช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสาร และการบริการสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ เนื่องจาก ลูกค้าที่มาใช้บริการในสาขาจำนวนมากในช่วงธนาคารจ่ายเงินเดือนให้กับหน่วยงานต่าง ๆ จึงทำให้ที่นั่งรอรับบริการ สถานที่จอดรถ และสิ่งอำนวยความสะดวกขณะนั่งรอรับบริการ ไม่เพียงพอ

1.2 ด้านพนักงาน

ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคาร ว่ามีความเหมาะสมโดยรวม และรายข้ออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย และเหมาะสม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า พนักงานของธนาคารทุกคนต้องมีบุคลิกภาพที่ดี การให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจครั้งแรกเมื่อได้พบ ได้พูดคุย การต้อนรับด้วยความจริงใจ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า พุดจาสุภาพเรียบร้อย และมีการแต่งกายด้วยความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุภาวดี ศรีพรหม (2541) พบว่า คุณลักษณะการเป็นนักบริการที่ดีของพนักงานธนาคารประจำธนาคารโดยรวมและพนักงานธนาคารที่จบสายการศึกษามัธยมศึกษา มีจำนวน 4 องค์ประกอบ คือ ความมั่นคงทางอารมณ์ จิตสำนึกในการบริการ มนุษยสัมพันธ์ ความรับผิดชอบ คุณลักษณะการเป็นนักบริการที่ดีของพนักงานธนาคารประจำธนาคารที่ไม่ได้จบสายการศึกษามัธยมศึกษา มีจำนวน 5 องค์ประกอบ คือ ความมั่นคงทางอารมณ์ มนุษยสัมพันธ์ ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบ และความเอาใจใส่ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ประภาศรี อมรสิน และ ชุติพร เปี่ยมสมบูรณ์ (ม.ป.ป.) พบว่า เหตุจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการของธนาคารพาณิชย์คือ ความสะดวก รวดเร็วในการให้บริการ และความประทับใจในการบริการของพนักงานธนาคาร รวมทั้งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สันติ วิริยะรังสฤษฎ์ และเสริมศักดิ์ ศุภวรรณ (2534 : 188 – 192) พบว่า สาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย เนื่องจากความสะดวก รวดเร็ว และมารยาทของพนักงาน และเกษมศักดิ์ วิชิตกุล (2545 : 59) พบว่า ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าช้าง จังหวัดเพชรบุรี ด้านพนักงาน ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

1.3 ด้านการให้บริการ

ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคาร ว่ามีความเหมาะสมโดยรวม และรายข้ออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่พบว่า ข้อที่อยู่ในระดับปานกลาง

คือ มีการให้แลกเหรียญและธนบัตรตามความต้องการของลูกค้า การจัดพนักงานในการบริการลูกค้าจำนวนเพียงพอ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ในช่วงที่มีการออกเหรียญกษาปณ์หรือธนบัตรเนื่องในโอกาสพิเศษลูกค้ามีความต้องการมาก ทำให้การบริการลูกค้าได้ไม่ทั่วถึง และพนักงานที่บริการมีน้อย แต่การให้บริการลูกค้าตามลำดับก่อน - หลัง บริการฝาก - ถอนได้อย่างถูกต้อง มีแบบฟอร์มการฝาก - ถอน และอุปกรณ์เครื่องเขียนจัดเตรียมไว้อย่างเพียงพอ จึงทำให้ลูกค้ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ดังนั้น การให้บริการที่ดี และเท่าเทียมกันต่อลูกค้าจึงเป็นประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัย เรืองบุญ สิริรังศรี (2535 : 107) พบว่า ความพึงพอใจต่อความสะดวกในการรับบริการงานบัตรประจำตัวประชาชน ที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ผู้รับบริการมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เนื่องจากมีอุปกรณ์เครื่องใช้พร้อม มีพนักงานตอบข้อสงสัยและอธิบายขั้นตอนการขอรับบริการต่าง ๆ และเกษมศักดิ์ วิชิตะกุล (2545 : 62) พบว่า ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าช้าง จังหวัดเพชรบุรี ด้านความสะดวก อยู่ในระดับมาก

1.4 ด้านการประชาสัมพันธ์

ลูกค้าที่มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคาร ว่ามีความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ ควรมีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อ หนังสือพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์อย่างต่อเนื่องให้มากกว่านี้ การช่วยเหลือทางสังคมในรูปแบบต่าง ๆ ควรมีมากขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ในสภาพชุมชน อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ประชาชนมีอาชีพหลากหลาย ได้แก่ ทำนา ทำสวน ทำไร่ ประมง ค้าขาย รับจ้าง พนักงานรัฐวิสาหกิจ รวมถึงข้าราชการ ดังนั้น การประชาสัมพันธ์อาจไม่ทั่วถึง ธนาคารได้จัดรูปแบบในการบริการต่าง ๆ แก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้าเข้าใจง่าย ข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับจากธนาคารมีความถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ มีการตอบปัญหาและข้อสงสัยทางโทรศัพท์ได้อย่างชัดเจน จึงทำให้ลูกค้ารู้สึกชอบ ประทับใจมากกว่าการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ วิทยุ ดังนั้น การประชาสัมพันธ์จึงถือว่าเป็นหัวใจสำคัญขององค์กรที่จะทำให้บุคคลทั่วไปรู้จัก และได้รับข่าวสารอันเป็นประโยชน์กับลูกค้าสูงสุด

2. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ ในด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านการให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตาม เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า และประเภทที่ใช้บริการ ปรากฏผลดังนี้

2.1 ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านพนักงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ลูกค้าเพศชายมีความคิด

เห็นต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มากกว่าลูกค้าเพศหญิง ส่วนด้านอื่น ๆ มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ลูกค้าทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มารับบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ต่างก็ได้รับการบริการที่ดีจากธนาคาร และมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เกษมศักดิ์ วิชิตะกุล (2545 : 60) พบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าช้าง จังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.2 ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการให้บริการทุกด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน ประทับใจต่อการอาศรัยสถานที่ พนักงานให้ความเอาใจใส่ดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี ได้รับการบริการตามลำดับก่อน – หลัง ลูกค้าทุกคนได้รับข่าวสารข้อมูล ถูกต้อง เชื่อถือได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ไมตรี วิไลกิจ (2539 : 59) พบว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการ โดยที่ลูกค้าที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จะมีระดับความคิดเห็นพอใจสูงกว่าลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพรับจ้าง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เกษมศักดิ์ วิชิตะกุล (2545 : 63) พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.3 ลูกค้าที่ระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการทุกด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยที่ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อการให้บริการมากกว่าลูกค้าที่ระดับการศึกษาปริญญาตรี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี ที่มารับบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ต่างก็ได้รับการบริการที่ดีจากธนาคาร จึงมีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์ (2538 : บทคัดย่อ) พบว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.4 ลูกค้าที่มีระยะเวลาเป็นลูกค้าต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อ

พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้ำที่มีระยะเวลาเป็นลูกค้ำต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคาร ทุกด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ลูกค้ำที่มีระยะเวลาเป็นลูกค้ำน้อยกว่าหรือเทียบเท่ากับ 2 ปี 3 – 5 ปี และมากกว่า 5 ปี ที่มารับบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ต่างก็ได้รับการบริการที่ดีจากพนักงานของธนาคาร และประทับใจต่อการให้บริการของธนาคาร จึงมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.5 ลูกค้ำประเภทที่ใช้บริการต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ลูกค้ำประเภทที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารมากกว่าลูกค้ำประเภทใช้บริการด้านเงินฝาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้ำประเภทที่ใช้บริการต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารด้านพนักงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ลูกค้ำประเภทที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารมากกว่า ลูกค้ำประเภทใช้บริการด้านเงินฝาก ลูกค้ำประเภทที่ใช้บริการต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารด้านการให้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เกษมศักดิ์ วิชิตะกุล (2545 : 64) พบว่า ลูกค้ำที่ใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการอภิปราย

ผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อเสนอแนะซึ่งคาดว่าจะจะเป็นประโยชน์ในการบริหารงาน เพื่อให้ลูกค้ำเกิดความประทับใจ และกลับมาใช้บริการของธนาคารอีก

1. ด้านอาคารสถานที่ ควรมีพนักงานจัดระเบียบการจอดรถ
2. ด้านพนักงาน พนักงานต้องปฏิบัติงานให้ลูกค้ำเกิดความประทับใจมากขึ้น โดยมีความเป็นกันเองต่อลูกค้ำ ยิ้มแย้มแจ่มใส
3. ด้านการให้บริการ ควรจัดพนักงานบริการเสริมในวันที่ลูกค้ำมาใช้บริการมาก ควรมีพนักงานให้คำแนะนำในการใช้บริการของลูกค้ำ ให้มีบริการแลกเหรียญและธนบัตรตามความต้องการของลูกค้ำให้มากขึ้น
4. ด้านการประชาสัมพันธ์ ควรมีการประชาสัมพันธ์ ทางสื่อโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ และวิทยุ โทรทัศน์ให้มากกว่านี้ ให้ลูกค้ำได้รับข่าวสารข้อมูลทางโทรทัศน์อย่างทั่วถึงมากขึ้น และทางธนาคารควรให้การช่วยเหลือทางสังคมในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ช่วยเหลือคนพิการ , มูลนิธิต่าง ๆ ให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรทำการวิจัยความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทยในจังหวัดอื่น ๆ
2. ควรศึกษาตัวแปร เช่น อายุ รายได้ต่อเดือน เหตุผลที่เลือกใช้บริการ ซึ่งเป็นแรงจูงใจในการมาใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อธนาคาร

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัญญาพัชร อรรถวิริยะ. (2539). *การวิเคราะห์ต้นทุนทางการศึกษา* ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขตกลาง ในปีงบประมาณ 2538มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
กุลธน ธนาพงศ์ธร. (2530). *ประโยชน์และบริการ ในสาขาวิชาการจัดการ* มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมาธิราช เอกสารการสอนชุดวิชา การบริการงานบุคคล.
- เกษมศักดิ์ วิชิตะกุล. (2545). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร
กรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขาท่าช้าง จังหวัดเพชรบุรี* สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจ
ศึกษา) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์. (2538) *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร
กรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาท่าม่วง. ภาคนิพนธ์ พัฒนบริหารศาสตร์
มหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคมสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.*
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตรการ
พิมพ์.
- ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) *เอกสารธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน).*
- ชนินทร์ พทยาวิวิช. (2533). *ตลาดการเงินในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์อมรินทร์
การพิมพ์.
- นาวิ ชีระชาญณรงค์. (2522) *ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเงินฝากเกี่ยวกับการให้บริการ
ของธนาคารพาณิชย์* วิทยานิพนธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นิคม สะอาดเอี่ยม. (2539). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร
กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาซีคอนสแคว์ ภาคนิพนธ์
พัฒนบริหารศาสตร์
มหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์,*
- บุษบง กุญแจนาถ. (2545). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร
เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาเพชรบุรี จังหวัด
เพชรบุรี. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- บุญเชิด ภิญญอนันตพงษ์. ในเอกสารการสอนชุดวิชา *การพัฒนาเครื่องมือสำหรับการ
ประเมินการศึกษา*. หน่วยที่ 1-7 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2545
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2526). *ทัศนคติการวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย*.
กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

- พฤทธิสิทธิ์ บุญทน. (2536). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการอย่างมีคุณภาพของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาชุมพวง จังหวัดนครราชสีมา* ภาคนิพนธ์ พัฒนบริหารศาสตร์ มหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พิเศษ รวมทรัพย์. (2538). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ประชาชนของกรุงเทพมหานคร : ศึกษากรณีสำนักงานเขตสาทร*. ภาคนิพนธ์ พัฒนบริหารศาส มหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2526). *พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525*. พิมพ์ครั้งที่ 2. อักษรเจริญทัศน์.
- มณีวรรณ ต้นไทย. (2533). *พฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่กองควบคุมยาสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาต่อประชาชนผู้นำติดต่อ* วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ไมตรี วิโลกิจ. (2539). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่องานด้านบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ศึกษากรณีการให้บริการของส่วนบริการเช็คเรียกเก็บ สำนักงานใหญ่* ภาคนิพนธ์ พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ลาวัลย์ จักรานวัฒน์. (2540). *ความคิดเห็นของนิสิตนักศึกษาปริญญาโทภาคพิเศษสาขาวิชาบริหารธุรกิจ (M.B.A.) สังกัดมหาวิทยาลัยของรัฐ เขตกรุงเทพมหานครต่อการจัดการศึกษาภาคพิเศษ.ปริญญาานิพนธ์ (ก.ศ.ม.)*. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อัดสำเนา.
- เรืองบุญ สิทธิรังศรี. (2535). *ความพึงพอใจของผู้รับบริการงานบัตรประจำตัวประชาชนอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม* ปริญญาานิพนธ์ ศศ.ม. มหาสารคามมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม.
- ศักดิ์ สุนทรเสณี. (2531). *การจัดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอนามัย*. กรุงเทพฯ 4.
- วราพรรณ สันทัสนะโชค. (2540). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาพญาไท กรุงเทพมหานคร* พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต. : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- วัลลภา ขายหาด. (2530). *ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการสาธารณะด้านรักษาความสะอาดของกรุงเทพมหานคร* วิทยานิพนธ์ รัฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- วิโรจน์ สัตยสันต์สกุล. พ.ด.ท. (2538). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการ สถานีตำรวจภูธรภายหลังปรับโครงสร้างองค์กร จังหวัดฉะเชิงเทรา* ภาค นิพนธ์ ปริญญาพ.บ. ม. กรุงเทพฯ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สันติ วิริยะรังสฤษฎ์ และเสริมศักดิ์ ศุกรวรรณ. (2534). *“ธนาคาร กรุงเทพครองแชมป์ ขวัญใจลูกค้า”* การเงิน การธนาคาร. พฤศจิกายน .
- สุชา จันท์เอม และสุรางค์ จันท์เอม. (2520). *จิตวิทยาสังคม*. กรุงเทพฯ : แพรงพิทยา. อัดสำเนา
- สุทธิ ปันมา. (2535). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคาร กสิกรไทย สาขากาฬสินธุ์* ปริญญา นิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม.
- สุภาวดี ศรพรหม. (2541). *การวิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะการเป็นนักบริหารที่ดี ของพนักงานธนาคาร.ปริญญาานิพนธ์ ก.ศ.ม.: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร* อัดสำเนา.
- สุรศักดิ์ นานานุกูล และคณะ. (2529). *การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรในสหรัฐอเมริกา และไทยกรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ภูมิบัณฑิต.*
- เสรี วงศ์มณฑา. (2536) *“ยุทธวิธีการตลาดปลายศตวรรษที่ 20”* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์ดอกหญ้า.
- สมชาติ กิจยรรยง. (2536) *“สร้างบริการ สร้างความประทับใจ”* กรุงเทพมหานคร:เดช-อเนกการพิมพ์.
- สมพงษ์ เกษมสิน. (2523) *“การบริหารบุคคลแผนใหม่”* พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ ไทยวัฒนาพานิช.
- สุภาวดี ศรพรหม. (2541). *การวิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะการเป็นนักบริหารที่ดี ของพนักงานธนาคาร. ปริญญาานิพนธ์ ก.ศ.ม.: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.* อัดสำเนา.
- อัจฉรา โทบุญ. (2534). *ระดับความพึงพอใจของผู้มารับบริการงานทะเบียนราษฎร สำนักทะเบียนอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม* ปริญญาานิพนธ์ มหาสารคาม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม.
- อัมพร บุณสัมปทานนท์. (2544). *ธนาคารพาณิชย์ในยุคแห่งเดือด* รายงานเศรษฐกิจ ธนาคารกรุงไทย. เดือนพฤศจิกายน.
- Brian Stipak. (1979) *“Citizen Satisfaction with Urban Service : Potential Misuse as Performance Indicator, ”* Pubilc Administration Review. 20 (36) : 46-52 ; January February.

- Chaplin, J.P. (1968). *Dictionary of Psychology*. Reaquin Books.
- Dessler, G. (1983). *Human Behavior : Improving Performance of Work*. Virginia : Reston Publishing Company, Inc.
- D. Elia, G., Partrick, M. *"The Determinants of Job Satisfaction among Beginning Librarians,"* Library Quarterly. 49 : 283-302 ; July.
- Good, Carter V. (1973). *Dictionary of Education. 2nd ed.* New York: Mc. Gran-hill.
- Herzberg F., (1959). Nausner Band Snyderman, BB. *The Motivation To Work*. New York : John Wiley and Sons Inc.
- James S., (1975). Bouman and David L Norman. *"Attitudes Towards The Public Service : A Surver Evaluation : Are They Compatible?,"* Public Administration Review. 30 (22) : 113-135 ; March April.
- Maslow, A.H. (1968). *Towards A Psychology of Being*. New Jerssy : D. Van Nosstrand Company Inc.
- Morse, Nancy C. (1953). *Satisfaction in White Collar Job*. Ann: University of Michigan Press.
- Tifin, Josaph and Mc Conuck, Esnear J. (1965). *Inddustrial Phychology*. Englewood Cliffs: N.J.H. Prentice Hall.
- Wallerstein, Harrey, (1971). *A Dictionary of Phychology*. Maryland : Perguin Book.
- Wolman, Benjamin B. (1973). *Dictionary of Behariral Science*. Van Nostrand: Reinheld Company.
- Wolman, Thomas E. (1973). *Education and Organizational Leadership in Elementary school*. Engle wood Cliffs, New Jersey : prentice-Hall.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
หนังสือขอความร่วมมือ

ที่ ทม 1012/ ๔๖๕๔



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๗ ธันวาคม 2545

เรื่อง ขออนุญาตขออนุญาตเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการสาขาชะอำ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวชนานุช วิชิตะกุล นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง "ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี" โดยมี รองศาสตราจารย์อารี พันธุ์ณี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขออนุญาตใช้สถานที่ และขอให้ลูกค้าที่มาใช้บริการ จำนวน 400 คน ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในระหว่างเดือนธันวาคม 2545

จึงเรียนมาเพื่อขออนุญาต ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวชนานุช วิชิตะกุล ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์อานันท์ ะพานันท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

โทรสาร. 02-258-4119



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

15 ตุลาคม 2545

เรื่อง ขออนุญาตเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้จัดการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าช้าง

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวชนานุช วิชิตะกุล นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี” โดยมี รองศาสตราจารย์อารี พันธุ์ณี เป็นคณะกรรมการควบคุมการทำปริญญานิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย โดยขอให้ลูกค้าที่มาใช้บริการในธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าช้าง จำนวน 30 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในระหว่างเดือนตุลาคม 2545

จึงเรียนมาเพื่อขออนุญาต ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวชนานุช วิชิตะกุล ได้เก็บข้อมูลในการทำปริญญานิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์อารี พันธุ์ณี หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5731, 5618

โทรสาร. 02-258-4119

ภาคผนวก ข
ผู้เชี่ยวชาญ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิ้มไทย อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตนะ อาจารย์ประจำภาควิชาวัดผลและการวิจัยการศึกษา
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3. อาจารย์ ภัทรา เรืองสินปัญญา อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏเพชรบุรี



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มสว โทร. 5731, 5618

ที่ ทม 1012/ 6840

วันที่ ๔๐ กันยายน 2545

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณะบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวชนานุช วิชิตะกุล นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี” โดยมี รองศาสตราจารย์อารี พันธุ์ณี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพียรุ ลิมไทย เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการ ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวชนานุช วิชิตะกุล ซึ่งจะ เป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์นภาพร หะวานนท์)

คณะบดีบัณฑิตวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5731, 5618

ที่ ทบ 1012/ 6841

วันที่ ๔๐ กันยายน 2545

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะศึกษาศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวนานุช วิชิตะกุล นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี” โดยมี รองศาสตราจารย์อารี พันธุ์ฉวี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตนะ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวนานุช วิชิตะกุล ซึ่งจะประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์นภาพร หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๔๐ กันยายน 2545

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณะบดีคณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏเพชรบุรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวนานุช วิชิตะกุล นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี” โดยมี รองศาสตราจารย์อารี พันธุ์ณี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ อาจารย์ภัทรา เรืองสินิกัญญา เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวนานุช วิชิตะกุล ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์อารี พันธุ์ณี)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5731, 5618

โทรสาร. 02-258-4119

ภาคผนวก ค
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม ประกอบการวิจัยเรื่อง

ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย
จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ตอน คือ

- ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ขอความกรุณาท่านตอบให้ตรงกับสภาพความเป็นจริง ตามความคิดเห็นของท่านให้มากที่สุด และโปรดกรุณาตอบทุกข้อ
- ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด ขอให้ท่านแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการของธนาคารกรุงไทย ใน 4 ด้าน คือ ด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านการให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์

คำตอบของท่านจะถือเป็นความลับ การเสนอผลกระทำโดยส่วนรวมเพื่อจะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในโอกาสต่อไป

ตอนที่ 1
คำชี้แจง

- ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม
- โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ที่กำหนดให้ให้ตรงกับความเป็นจริง
1. เพศ
 - () ชาย
 - () หญิง.
 2. อาชีพ
 - () ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - () ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 - () รับจ้าง / พนักงานบริษัท
 3. ระดับการศึกษา
 - () ต่ำกว่าปริญญาตรี
 - () ปริญญาตรี
 4. ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า
 - () น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 ปี
 - () 3 – 5 ปี
 - () มากกว่า 5 ปี
 - 5 ประเภทที่ใช้บริการ
 - () ด้านเงินฝาก
 - () ด้านสินเชื่อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ ใน 4 ด้าน คือ ด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านการให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความในแบบสอบถามแล้วพิจารณาว่า ท่านมีความคิดเห็นต่อการให้บริการในระดับใดโดยให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านตามความเป็นจริง

คะแนน	5	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด
คะแนน	4	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นมาก
คะแนน	3	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นปานกลาง
คะแนน	2	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นน้อย
คะแนน	1	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ข้อ	การให้บริการของธนาคารกรุงไทย	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
	ด้านอาคารสถานที่					
1	ทำเลที่ตั้งของการจัดธนาคารสะดวกต่อการมาติดต่อ					
2	ความสะอาดของอาคาร					
3	การจัดตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม					
4	ความสะอาดของห้องน้ำ					
5	ความปลอดภัยในการเข้ามาใช้บริการ					
6	ความชัดเจนของป้ายบอกประเภทการให้บริการของธนาคาร					
7	มีป้ายแนะนำการให้บริการต่างๆอย่างชัดเจน					
8	ที่นั่งรอรับบริการของลูกค้ามีจำนวนเพียงพอ					
9	สิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการ เช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสาร เพียงพอ					
10	การบริการสถานที่จอดรถจำนวนเพียงพอ					
	ด้านพนักงาน					
1	ความกระตือรือร้นและความรวดเร็วในการบริการ					
2	ความเอาใจใส่และความรับผิดชอบในการบริการ					
3	ความมีมารยาทและอัธยาศัยของพนักงาน					
4	ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ					
5	การตอบข้อซักถาม และแนะนำบริการ					
6	พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย และเหมาะสม					
7	พนักงานพูดจาสุภาพเรียบร้อย					
8	พนักงานแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง					
9	พนักงานมีความพร้อมในการปฏิบัติงาน					
10	พนักงานปฏิบัติงานให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจ					

ข้อ	การให้บริการของธนาคารกรุงไทย	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
	ด้านการให้บริการ					
1	ท่านสามารถรับบริการได้ในเวลาที่เหมาะสม					
2	การจัดพนักงานในการให้บริการลูกค้าจำนวนเพียงพอ					
3	การบริการแก่ลูกค้าเป็นไปอย่างต่อเนื่องไม่ติดขัด					
4	ให้บริการแก่ลูกค้าตามลำดับการมาก่อน - หลัง					
5	การบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน					
6	แบบฟอร์มการฝาก-ถอนและอุปกรณ์เครื่องเขียนไว้บริการอย่างเพียงพอ					
7	บริการฝาก-ถอน ได้อย่างถูกต้อง					
8	มีป้ายสัญลักษณ์แจ้งลูกค้าอย่างชัดเจน					
9	ความรวดเร็วในการให้บริการฝาก - ถอนเงิน					
10	มีการให้บริการแลกเหรียญและธนบัตรตามความต้องการของลูกค้า					
	ด้านการประชาสัมพันธ์					
1	ข้อมูลที่ได้รับจากธนาคารมีความถูกต้อง แม่นยำ เชื่อถือได้					
2	ธนาคารได้จัดรูปแบบในการบริการต่าง ๆ แก่ลูกค้า ลูกค้าสามารถเข้าใจได้ง่าย					
3	ธนาคารได้มีการจัดบอร์ดข้อมูลข่าวสารของธนาคารไว้ อย่างเหมาะสม					
4	ธนาคารได้จัดเตรียมหนังสือพิมพ์ วารสาร และสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ไว้บริการลูกค้าอย่างเหมาะสม					
5	แผ่นพับของธนาคารมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการ					
6	มีการประชาสัมพันธ์ ทางสื่อ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และ โทรทัศน์อย่างด					
7	ป้ายสัญลักษณ์ของธนาคารมองเห็นได้ชัดเจน					
8	ความชัดเจนในการได้รับข่าวสารทางตู้ เอ.ที.เอ็ม					
9	การบริการตอบปัญหาและข้อสงสัยทางโทรศัพท์ มีความชัดเจนและเหมาะสม					
10	การช่วยเหลือทางสังคมในรูปแบบต่าง ๆ เช่น คนพิการ, มูลนิธิต่าง ๆ					

ตอนที่ 3 โปรดแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการให้บริการของธนาคาร
กรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

1. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับด้านอาคารสถานที่

.....

.....

.....

.....

2. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับด้านพนักงาน

.....

.....

.....

.....

3. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการ.....

.....

.....

.....

.....

4. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ	นางสาวชนานุช วิชิตะกุล
วัน เดือน ปีเกิด	11 กันยายน 2504
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	86 หมู่ 6 ตำบลหนองโสน อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี 76000
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	ผู้ช่วยผู้จัดการบริการลูกค้า
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2515	ประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอรุณประดิษฐ์ เพชรบุรี
พ.ศ. 2521	มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเบญจมเทพอุทิศ เพชรบุรี
พ.ศ. 2525	ปริญญาตรี (คบ.) เอกภาษาอังกฤษ สถาบันราชภัฏเพชรบุรี
พ.ศ. 2546	การศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ